

**STRATEGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
KOTA PEKANBARU DALAM MENANGKAP PELUANG PON
KE XVIII DI PROVINSI RIAU TAHUN 2012 MENURUT
EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.EI)**



DI SUSUN OLEH :

**YULIANTO
NIM: 10625003918**

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2011**

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kota Pekanbaru dalam Menangkap Peluang PON ke XVIII di Provinsi Riau Tahun 2012 menurut Ekonomi Islam”. Perisapan-persiapan baik dari pemenuhan kebutuhan modal, inovasi produk dan peningkatan sumber daya manusia harus sudah dilakukan, dilapangan persiapan dalam menyambut PON ke VIII tahun 2012 belum dilakukan oleh pengusaha ataupun dinas terkait. Dari latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Pekanbaru dalam Menangkap Peluang PON ke XVIII Di Provinsi Riau Tahun 2012 menurut Ekonomi Islam”. adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam menangkap peluang PON ke XVIII tahun 2012, apa saja faktor-faktor penghambat Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam menangkap peluang PON ke XVIII tahun 2012, bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi usaha mikro kecil dan menengah dalam menangkap peluang PON ke XVIII tahun 2012.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dilakukan di kota Pekanbaru. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh pengusaha UMKM yang dibina Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru bidang industri dan kerajinan yang berjumlah 70 orang. Dari populasi tersebut diambil sample 50% dari populasi yang ada, sehingga sample yang diambil berjumlah 35 orang dengan menggunakan teknik *random sampling*.

Sumber data yang penulis gunakan adalah sumber data *primer* dan sumber data *sekunder* dengan metode pengumpulan data *observasi*, *wawancara*, dan *angket* yang kemudian dianalisa dengan teknik deskriptif kualitatif dengan metode deduktif, induktif dan deskriptif.

Setelah penulis melakukan penelitian terhadap permasalahan tersebut, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa ada empat strategi yang dipersiapkan oleh pengusaha UMKM Kota Pekanbaru diantaranya adalah: 1) mencukupi kebutuhan modal, 2) inovasi produk, 3) meningkatkan sumber daya manusia, 4) memberikan pelayanan prima. Adapun hambatan yang dihadapi UMKM kota pekanbaru adalah; 1) sulitnya mendapatkan pinjaman modal, 2) terbatasnya SDM bermutu dalam prekrutan karyawan, 3) sedikitnya upaya peningkatan SDM baik yang dilakukan pengusaha maupun Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru.

Dan tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi UMKM Kota Pekanbaru dalam menangkap peluang PON ke XVIII tahun 2012 *tidak sesuai* dengan Ekonomi Islam, sebagaimana strategi bisnis yang pernah jalankan oleh Nabi Muhammad yang mengutamakan kualitas produk, menggunakan keahlian, bebas dari unsur riba dalam bertransaksi, selalu memperhatikan sumber daya manusia dan selalu memberikan pelayanan prima.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
E. Metode Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan	11
BAB II : PROFIL UMUM DINAS KOPERASI DAN UMKM KOTA PEKANBARU	
A. Dinas koperasi dan UMKM kota pekanbaru.....	13
B. Visi dan Misi Dinas Koperasi dan UMKM Pekanbaru.....	15
C. Target kinerja pada PON 2012.....	18
BAB III : TINJAUAN UMUM TENTANG UMKM DAN STRATEGI BISNIS NABI MUHAMMAD	

A. Pengertian UMKM, Tujuan dan Peran UMKM Dalam Perekonomian Masyarakat	21
1. Pengertian UMKM.....	21
2. Tujuan dan Sasaran	24
3. Peran UMKM dalam Perekonomian Masyarakat	25
B. Pengertian Strategi Bisnis, dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW	28
1. Pengertian strategi.....	28
a. Konsep dan Pengertian Strategi	28
b. Pengertian Bisnis.....	31
c. Pengertian Strategi Bisnis	32
2. Strategi Bisnis Nabi Muhammad	35
a. Strategi Operasi.....	35
b. Strategi Sumber Daya Manusia.....	37
c. Strategi Keuangan Nabi Muhammad	40
d. Strategi Pemasaran	43

BAB IV : STRATEGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KOTA PEKANBARU DALAM MENANGKAP PELUANG PON KE XVIII DI PROVINSI RIAU TAHUN 2012 MENURUT EKONOMI ISLAM

A. Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Pekanbaru dalam Menangkap Peluang PON ke XVIII tahun 2012.....	47
---	----

B. Faktor Penghambat UMKM Kota Pekanbaru dalam Menangkap Peluang PON ke XVIII tahun 2012	62
C. Tinjauan Ekonomi Islam tentang Strategi UMKM Kota Pekanbaru dalam Menangkap Peluang PON ke XVIII di Provinsi Riau tahun 2012.....	66

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Tanggapan pengusaha yang memerlukan modal untuk menyambut PON ke XVIII tahun 2012	53
Tabel 2	Strategi pengusaha dalam melakukan peminjaman modal kepada lembaga keuangan dalam menyambut PON ke XVIII tahun 2012 .	54
Tabel 3	Strategi pengusaha dalam menciptakan produk baru untuk menyambut PON ke XVIII tahun 2012	55
Tabel 4	Strategi pengusaha dalam meningkatkan kualitas produk untuk menyambut PON ke XVIII tahun 2012	56
Tabel 5	Strategi pengusaha dalam meningkatkan pengawasan dibidang produksi untuk menyambut PON ke XVIII tahun 2012	56
Tabel 6	Strategi pengusaha dalam mengikuti pelatihan yang diadakan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru menyambut PON ke XVIII tahun 2012	57
Tabel 7	Strategi pengusaha dalam melakukan penilaian kinerja kepada karyawan menyambut PON ke XVIII tahun 2012	58
Tabel 8	Strategi pengusaha dalam memberhentikan karyawan yang memiliki kinerja tidak cukup baik	59
Tabel 9	Strategi pengusaha dalam mempersiapkan kostum khusus menyambut PON ke XVIII tahun 2012	60
Tabel 10	Strategi pengusaha dalam mempersiapkan tata cara khusus dalam pelayanan untuk pon ke XVIII tahun 2012	61

Tabel 11 Strategi pengusaha untuk membagi uang/barang baru kepada pembeli yang tidak puas dengan produk yang ditawarkan sebagai bagian dari pelanan mereka	61
Tabel 12 Kendala yang dihadapi peminjaman modal pada lembaga keuangan.....	62
Tabel 13 Kendala pengusaha dalam membuat produk baru menyambut PON ke XVIII tahun2012.....	63
Tabel 14 Kendala yang dihadapi pengusaha dalam merekrut karyawan profesional untuk bidang produksi	64
Tabel 15 Kendala yang dihadapi pengusaha dalam memberikan pelatihan kepada karyawan	65

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan dapat memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional adalah kelompok usaha mikro, kecil dan menengah atau dikenal dengan UMKM. UMKM merupakan salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara.

Secara umum, UMKM adalah jenis usaha marginal dengan penggunaan teknologi yang relatif sederhana, tingkat modal dan akses terhadap kredit rendah, serta cenderung berorientasi pada pasar lokal. Studi-studi yang dilakukan di beberapa negara menunjukkan bahwa UMKM mempunyai peranan yang cukup besar bagi pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja melalui penciptaan lapangan pekerjaan, penyediaan barang dan jasa dengan harga murah, serta mengatasi masalah kemiskinan. Di samping itu, UMKM juga merupakan salah satu komponen utama dalam pengembangan ekonomi lokal dan mampu memberdayakan kaum perempuan dalam keluarga.

Kemampuan UMKM dalam memberikan sumbangan yang signifikan terhadap perkembangan perekonomian suatu negara baik pada negara-negara berkembang maupun negara-negara maju, telah mendorong perserikatan bangsa-bangsa (PBB) untuk menetapkan tahun 2004 sebagai tahun *International Microfinance*. Hal ini menunjukkan keberpihakan dan kepedulian badan dunia tersebut terhadap UMKM dengan mendorong negara-negara di dunia untuk lebih memberikan perhatian pada pemberdayaan dan pengembangan UMKM dengan cara memberikan berbagai stimulan dan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan negara atau daerah tersebut, pemerintah Indonesia telah menetapkan tahun 2005 sebagai "*tahun UMKM Indonesia*" dengan melakukan berbagai instrumen dan program memfasilitasi pemberdayaan UMKM di tingkat nasional, sedangkan untuk di daerah dilakukan oleh pemerintah daerah.¹

Dalam rangka meningkatkan kesempatan, kemampuan, dan perlindungan terhadap UMKM, pemerintah telah menetapkan berbagai kebijakan tentang pencadangan usaha, pendanaan, dan pengembangannya. Sehubungan dengan itu, UU RI Nomor 20 Tahun 2008 tertuang bahwa UMKM perlu diberdayakan dengan cara :

- a. Penumbuhan iklim usaha yang mendukung pengembangan usaha mikro kecil dan menengah.
- b. Pengembangan dan pembinaan usaha mikro kecil dan menengah.

Dalam rangka pemberdayaan UMKM di Kota Pekanbaru. Pemerintah Kota Pekanbaru, sebagaimana telah dicantumkan dalam Visi- Misi dan Rencana

¹ Almasri, *Model Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Siak*, Jurnal Vol.1 No.2: 98-128, (Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Sulthan Syarif Kasim Riau, 2010), h. 98-99

Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Kota Pekanbaru adalah mengembangkan ekonomi berbasis kerakyatan sebagai perwujudan dalam mengangkat ekonomi masyarakat lapis bawah. Perwujudan ini dijabarkan dalam program dan kegiatan di berbagai dinas terkait seperti; Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Sosial dan Pemakaman, Dinas Pertanian, Dinas Tenaga Kerja, dan Badan Pemberdayaan Masyarakat dan Keluarga Berencana. Keseluruhan instansi ini menjabarkan dalam Rencana Kerja Anggaran (RKA) setiap tahun baik dalam bentuk bantuan, pendidikan dan latihan, sosialisasi dan penyuluhan maupun pengikutsertaan dalam berbagai even daerah dan nasional dan bentuk pembinaan lanjutan lainnya.²

Dinas Koperasi dan UMKM Pekanbaru telah mempersiapkan berbagai kegiatan seperti pelatihan, expo, bazar, dan kegiatan-kegiatan lainnya. Hal demikian dilakukan pemerintah untuk memberikan kesempatan kepada UMKM Kota Pekanbaru untuk memperkenalkan produk yang mereka hasilkan seperti miniatur perahu lancang kuning, maupun makanan khas Riau seperti Bolu Kemojo dan Lumpuk Durian.³ Pelatihan-pelatihan telah direncanakan dan diterapkan yang diawali dengan diadakannya pelatihan untuk pengusaha sablon di Jalan Subrantas pada tanggal 26,27, dan 28 untuk menyambut PON ke XVIII tahun 2012.

Kebijakan-kebijakan tersebut memiliki manfaat yang baik bagi perkembangan UMKM di Pekanbaru. Dengan adanya pelatihan-pelatihan yang

² Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Pekanbaru, *RPJM Kota Pekanbaru tahun 2007-2011*

³ Iswandi, Pegawai Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru, *wawancara*, Pekanbaru Tanggal 25 Agustus 2011

diadakan oleh pihak Dinas Koperasi dan UMKM Pekanbaru ini dapat meningkatkan sumber daya manusia untuk lebih maju dan kreatif. Beberapa iven yang telah diadakan baik oleh pemerintah maupun pihak swasta juga telah menghidupkan iklim usaha yang kondusif bagi UMKM.

Dalam rangka menyambut PON ke XVIII yang merupakan pertama kali kota Pekanbaru menjadi tuan rumah, beberapa persiapan pun telah dilakukan pemerintah Kota Pekanbaru baik dari mempersiapkan aspek fasilitas yang meliputi perbaikan dan pembangunan infrastruktur olah raga dan sarana penunjang lainnya. Dalam wawancaranya di www.ponriau2012.com HR Mambang Mit selaku ketua Harian PB PON mengatakan pelaksanaan PON di Riau memiliki banyak dampak positif bagi Riau, tidak hanya di bidang olah raga saja. Namun di beberapa bidang lain, diantaranya PON ini menjadi ajang promosi daerah. Hal demikian harus dimanfaatkan baik bagi para olahragawan untuk meningkatkan prestasinya maupun bagi para pembisnis terutama UMKM di Kota Pekanbaru dalam menangkap peluang usaha.⁴ Untuk dapat mengoptimalkan peluang bisnis pada iven PON ke XVIII, pengusaha UMKM perlu strategi yang tepat. Strategi bisnis yang baik adalah strategi bisnis yang pernah diterapkan oleh Nabi Muhammad. Selain sebagai Nabi, beliau juga merupakan suri tauladan pebisnis yang ulung. Adapun strategi bisnis Nabi Muhammad di antaranya sebagai berikut :

⁴ Leli lagi, *Sambut PON, RWE gelar lomba souvenir*, <http://ponriau2012.com/article/sambut-pon-xviii-rwe-gelar-lomba-souvenir.html>, diakses pada 26 juli 2011 pukul 21.00 WIB

1. Strategi operasi

Strategi operasi merupakan strategi untuk mengubah masukan (bahan baku, bahan pendukung, mesin manusia) menjadi keluaran yang bernilai. Dalam strategi operasi mencakup perilaku yang baik, lebih mengutamakan produktivitas, dan menggunakan keahlian.

2. Strategi promosi

Promosi yang dilakukan Rasulullah SAW lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan meliputi berpenampilan menawan, membangun relasi, mengutamakan keberkahan, memahami pelanggan, mendapatkan kepercayaan, memberikan pelayanan hebat, berkomunikasi, menjalin hubungan yang bersifat pribadi, tanggap terhadap permasalahan, menciptakan perasaan satu komunitas, berintegrasi, menciptakan keterlibatan dan menawarkan pilihan.

3. Strategi keuangan

Strategi keuangan Nabi Muhammad SAW bertujuan pemanfaatan sumberdaya keuangan untuk mendukung bisnis, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Strategi keuangan ini mencakup penghapusan riba, spekulasi (gharar) dan perjudian (maisir) dalam semua transaksi.

4. Strategi Sumberdaya Manusia.

Strategi pengembangan sumberdaya manusia yang dilakukan Nabi Muhammad SAW meliputi merencanakan dan menarik sumberdaya manusia

yang berkualitas, mengembangkan sumberdaya manusia agar berkualitas, dan memberikan motivasi dan memelihara sumberdaya manusia yang berkualitas.⁵

Pada pengamatan yang dilakukan dilapangan, penulis melihat tidak semua strategi bisnis yang dijalankan pengusaha UMKM sesuai dengan strategi bisnis yang dijalankan Nabi Muhammad. Beberapa pengusaha baik pengusaha rotan dan sablon di Kota Pekanbaru masih mengutamakan produktivitas tanpa memperdulikan kualitas, dan lebih mengutamakan keuntungan. Peningkatan SDM yang masih belum optimal serta praktek riba juga masih banyak dilakukan oleh pengusaha UMKM yang lebih banyak melakukan peminjaman modal kepada lembaga keuangan konvensional daripada lembaga keuangan syari'ah.

Ekonomi Islam adalah Ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.⁶ Sistem Ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang berorientasi *rahmatan lil alamin*. Namun dalam perkembangannya, sistem ekonomi hanya dikenal dalam ruang lingkup yang sempit, yakni hanya pada Bank Syar'iah, *Baittumul Bit tamwil* dan Asuransi Syari'ah. Padahal ruang lingkup ekonomi itu meliputi sektor riil juga seperti perdagangan, perkebunan, pertanian, industri kecil, dan usaha rumah makan. Semua macam usaha itu merupakan bagian dari Ekonomi Islam.

⁵ M. Suyanto, *Muhammamd Busines Strategy and Ethics*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008), Cet.1, h. 219-222

⁶ Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997), Cet.1, h. 10

Berdasarkan paparan diatas penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul: **“STRATEGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KOTA PEKANBARU DALAM MENANGKAP PELUANG PON KE XVIII DI PROVINSI RIAU TAHUN 2012 MENURUT EKONOMI ISLAM”**.

B. Batasan Masalah

Untuk lebih terarahnya dalam penulisan ini maka penulis dapat mengambil batasan masalah yang diteliti. Adapun penelitian ini difokuskan kepada bagaimana strategi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Kota Pekanbaru dalam menangkap peluang PON ke XVIII di Provinsi Riau menurut Ekonomi Islam.

C. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan batasan masalah diatas, penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimana Strategi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Pekanbaru dalam menangkap peluang PON ke XVIII Tahun 2012?
- b. Apa saja faktor penghambat yang dihadapi UMKM dalam menangkap peluang PON ke XVIII Tahun 2012?
- c. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam menangkap peluang PON ke XVIII Tahun 2012?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana Strategi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Pekanbaru dalam menangkap peluang PON ke XVIII Tahun 2012.
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor penghambat yang dihadapi UMKM dalam menangkap peluang PON ke XVIII tahun 2012.
- c. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi usaha mikro kecil dan menengah dalam menangkap peluang PON ke XVIII Tahun 2012.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Sebagai salah satu syarat untuk penulisan skripsi dalam menyelesaikan studi program SI ekonomi islam fakultas syari'ah dan ilmu hukum UIN SUSKA Pekanbaru.
- b. Hasil penelitian ini sebagai media informasi dikalangan pengembang usaha mikro kecil dan menengah khususnya dan masyarakat umumnya tentang strategi usaha mikro kecil dan menengah dalam menangkap peluang PON ke XVIII tahun 2012.
- c. Penelitian ini juga diharapkan sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya baik bagi penulis dan pembaca sekalian.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini saya lakukan di Kota Pekanbaru.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah unit usaha mikro kecil dan menengah bidang usaha industri dan kerajinan yang di bina oleh Dinas Koperasi dan UMKM Pekanbaru. Sedangkan objeknya adalah strategi usaha mikro kecil dan menengah Kota Pekanbaru dalam menangkap peluang PON ke XVIII.

3. Populasi dan Sample

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh unit usaha kecil dan menengah bidang usaha industri dan kerajinan yang dibina oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru yang berjumlah 70 unit yang tersebar di Kota Pekanbaru. Sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 % yaitu 35 dari populasi yang ada dengan menggunakan teknik *Random Sampling*.

4. Jenis dan Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah:

a. Data primer

Yaitu data yang secara langsung berhubungan dengan responden, yang menjadi sumber dari data primer adalah pengembang usaha mikro kecil dan menengah Kota Pekanbaru.

b. Data sekunder

Yaitu data yang tidak berhubungan langsung dengan responden, dan merupakan data pendukung bagi peneliti, yaitu berupa data yang diambil dari beberapa buku dan dokumen yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Dengan cara mengamati dan memperhatikan langsung tentang strategi pengembang Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Pekanbaru dalam menangkap peluang PON ke XVIII.

b. Angket

Dengan cara menulis pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penulisan ini, kemudian disebarakan kepada responden untuk diisi.

c. Wawancara

Dengan cara mengadakan tanya jawab langsung kepada responden yang berkenaan dengan masalah yang diteliti secara terpimpin.

6. Metode Analisa Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisa secara deskriptif kualitatif, yaitu setelah semua data telah berhasil penulis kumpulkan, maka penulis menjelaskan secara rinci dan sistematis sehingga dapat tergambar secara utuh dan dapat dipahami secara jelas kesimpulan akhirnya.

7. Metode Penulisan

- a. Deduktif, yaitu menggambarkan kaidah umum yang ada kaitannya dengan penelitian ini dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Induktif, yaitu menggambarkan kaidah khusus yang ada kaitannya dengan menyimpulkan fakta-fakta secara khusus kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.
- c. Deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan kaidah, subjek dan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada.

F. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mengemukakan tentang latar belakang Masalah, Permasalahan, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Kerangka Konseptual dan Operasional, Metode Penelitian, dan Sistematik Penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM TENTANG DINAS KOPERASI DAN UMKM DI KOTA PEKANBARU.

Bab ini berisikan sejarah singkat berdirinya Dinas Koperasi Dan dan UMKM Kota Pekanbaru, visi dan misi, dan struktur organisasi.

BAB III : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang:

- A. Pengertian UMKM, Legalitas Badan Hukum, dan peran UMKM dalam pengembangan perekonomian masyarakat.
- B. Pengertian Strategi, Pengertian Bisnis, dan strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW.

BAB IV : STRATEGI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) KOTA PEKANBARU DALAM MENANGKAP PELUANG PON KE XVIII DI PROVINSI RIAU TAHUN 2012 MENURUT EKONOMI ISLAM.

Bab ini merupakan pembahasan yang berisikan tentang strategi dan fakto penghambat usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Kota Pekanbaru dalam menangkap peluang PON ke XVIII tahun 2012, dan bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi UMKM dalam menangkap peluang PON XVIII tahun 2012.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bab terakhir yang berisikan tentang kesimpulan, kemudian penulis mencoba untuk memberikan saran-saran terhadap permasalahan yang diteliti.

BAB II

PROFIL DINAS KOPERASI DAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH KOTA PEKANBARU

A. DINAS KOPERSI DAN UMKM KOTA PEKANBARU

Pembentukan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) didasarkan keputusan Pasal 33 ayat 1 UUD 1945 yang menyatakan bahwa Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.⁷ Selain itu, pada Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPRRI/1998 tentang Politik Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan.⁸ Sebagai implementasi dari UndangUndang serta TAP MPR RI tersebut, maka Pemerintah Kota Pekanbaru mendirikan Dinas Koperasi dan UKM sebagai instansi yang bertugas menangani pengembangan sektor koperasi serta unit usaha mikro kecil dan menengah.

Pembangunan Nasional merupakan usaha peningkatan kualitas manusia dan masyarakat Indonesia yang dilakukan secara berkelanjutan berdasarkan kemampuan nasional dengan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan

⁷ Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia, *Naskah Komprehensif Perubahan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Latar Belakang, Proses, Dan Hasil Pembahasan, 1999-2002*, (Jakarta Pusat, Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi, 2010), Cet.2, h. 94

⁸ Undang-Undang Republik Indonesia, *No 20 Tahun 2008*, (Jakarta, Kementrian Negara Republik Indonesia, 2008), Cet.1 h.1

teknologi serta memperhatikan tahap perkembangan yang makin pesat dan mengglobal. Oleh karena itu Pembangunan Nasional harus melibatkan seluruh masyarakat Indonesia baik penyelenggara negara maupun segenap rakyat Indonesia yang berarti bahwa pembangunan adalah dari, oleh dan untuk masyarakat. Untuk itu upaya pemberdayaan masyarakat merupakan unsur yang paling utama. Pembangunan ekonomi yang pada masa lalu mengutamakan aspek pertumbuhan ekonomi ternyata melahirkan permasalahan serius baik pada aspek ekonomi itu sendiri maupun pada aspek-aspek lainnya seperti sosial politik, keamanan dan lain-lain yang mengakibatkan kesenjangan ekonomi semakin melebar.

Perekonomian bangsa yang hanya dibangun oleh sekelompok pelaku ekonomi besar yang ditunjang oleh fasilitas besar pula dari pemerintah menjadi hancur seiring dengan terjadinya krisis ekonomi yang berlanjut dengan terjadinya krisis *multidimensional* yang membawa dampak terhadap seluruh aspek kehidupan dalam bangsa dan bernegara pada akhirnya mengancam terhadap persatuan dan kesatuan Indonesia. Beranjak dari kesalahan masa lalu, maka arah kebijakan pembangunan ekonomi saat ini lebih dititik beratkan pada aspek pemberdayaan ekonomian rakyat melalui koperasi dan usaha mikro kecil menengah (KUMKM) yang merupakan pelaku ekonomi kerakyatan terbesar dalam masyarakat yang ternyata dalam situasi krisis yang berkepanjangan telah mampu menunjukkan daya tahan yang kuat. Dengan demikian diharapkan kedepan struktur perekonomian di Indonesia akan menjadi semakin kukuh, kuat dan solid dalam menghadapi berbagai permasalahan ekonomi baik didalam negeri

maupun akibat pengaruh perekonomian global. Sejalan dengan itu maka pembangunan KUMKM dikota pekanbaru akan dilaksanakan dengan dilandasi semangat kerakyatan, kemandirian, berkeadilan dan semangat desentralisasi.⁹

B. VISI DAN MISI DINAS KOPERASI DAN UMKM PEKANBARU

1. VISI

Didalam kerangka pemerintahan, visi merupakan peran yang sangat menentukan dalam dinamika perubahan lingkungan strategi. Visi merupakan *a sense of direction*, yakni pernyataan mengenai masa depan organisasi yang realistik, atraktif, dan dapat dipercaya (*credible*). Visi juga merupakan artikulasi tujuan yang harus dicapai oleh organisasi yang akan menjadikan organisasi lebih baik dan lebih sukses. Dinas Koperasi dan UMKM kota Pekanbaru selaku organisasi publik dan penyelenggara pemerintahan sangat diharapkan untuk mampu memotivasi koperasi, usaha kecil dan menengah bergerak maju menuju masa depan yang lebih baik lagi sebagaimana yang diamanatkan dalam pernyataan visi.

Visi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru 2021 adalah:

"Terciptanya Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sebagai Pelaku Utama Kegiatan Ekonomi Kerakyatan di Kota Pekanbaru Berbasis Mekanisme Pasar Yang Berkeadilan" Dari pernyataan visi tersebut dapat diidentifikasikan adanya beberapa pointer substansi visi, yaitu : koperasi,

⁹ Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru, *Profil*, <http://koperasi.pekanbaru.go.id>, diakses tanggal 20 juli 2011

usaha mikro kecil dan menengah sebagai pelaku utama kegiatan ekonomi kerakyatan, berbasis mekanisme pasar.

Rumusan visi tersebut diatas mengandung makna sebagai berikut:

a. Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai pelaku utama kegiatan ekonomi kerakyatan

Sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 1 bahwa ekonomi disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan, dimana didalam penjelasan UUD 1945 dinyatakan bahwa bentuk usaha yang tepat untuk itu adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang/badan hukum koperasi dengan berlandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan, juga dalam UU No.9 tahun 1945 tentang usaha kecil. Dalam era globalisasi kedepan, sistem tatanan perniagaan yang bebas dan distribusi penggunaan teknologi yang tepat guna, efektif dan efisien dan dapat meningkatkan peran serta Koperasi Usaha mikro kecil dan menengah (KUMKM) untuk selanjutnya ditumbuh kembangkan menjadi pelaku ekonomi dan bisnis bukan sebagai golongan ekonomi lemah.

b. Berbasis Mekanisme Pasar.

Dalam era globalisasi kedepan, Koperasi dan UMKM harus mempunyai kemampuan pemasaran dalam rangka memperluas akses dan pangsa pasar dengan memanfaatkan secara optimal peluang pasar yang ada, serta mengembangkan jaringan pemasaran dalam rangka meningkatkan posisi tawar di era perdagangan bebas.

c. Yang Berkeadilan

Yang berkeadilan merupakan salah satu tujuan kehidupan masyarakat kedepan. Dalam kondisi ini dicita-citakan masyarakat akan dapat hidup dilingkungan yang relative aman, bebas dari rasa takut, bebas dari kesukaran dan kecukupan lahir dan batin secara seimbang dan selaras baik material maupun spiritual.

2. MISI

Sedangkan dalam menjalankan tugasnya Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru memiliki misi, Misi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru merupakan tonggak dari perencanaan strategis. Sejalan dengan pembentukan tujuan umum dan sasaran Dinas Koperasi dan UMKM harus diikuti dengan pembentukan tujuan yang terukur, objektif dan spesifik. Untuk mewujudkan visi yang telah digali, maka ditetapkanlah misi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Pekanbaru 2021 yaitu:

- a. Menjaga agar Koperasi dan Usaha Kecil Menengah tetap tumbuh dan berkembang dalam system perekonomian masyarakat, sehingga eksistensi dan perannya semakin berarti.
- b. Meningkatkan profesionalisme para pengurus Koperasi dan Usaha Kecil Menengah sehingga mampu mengelola usaha secara lebih tepat sasaran, sehingga volume kegiatan usaha menunjukkan perkembangan positif dan memberikan nilai tambah.

- c. Menciptakan iklim berusaha yang kondusif sehingga koperasi dan usaha kecil menengah dapat secara leluasa memasuki mekanisme pasar, sehingga tercipta kemitraan sejajar antara koperasi dan usaha kecil menengah dengan lembaga perekonomian lainnya.
- d. Menciptakan landasan yang kuat dan mendapat kepercayaan masyarakat kepada koperasi dan usaha kecil menengah sebagai pelaku utama kegiatan kerakyatan yang memberikan jaminan kehidupan masa depan yang layak.¹⁰

Target kinerja pada PON 2012

Untuk menguraikan lebih lanjut dari rencana strategis pada PON 2012 disusun suatu rencana kerja. Rencana kerja ini merupakan penjabaran target kinerja yang harus dicapai pada tahun tersebut. Beberapa target kerja yang harus dicapai dinas koperasi dan UMKM terhadap pengusaha UMKK kota Pekanbaru pada tahun 2012 diantaranya adalah meningkatkan produktifitas UMKM, meningkatkan daya saing, serta memperkenalkan produk daerah Riau kepada masyarakat luas.

Pelatihan-pelatihan dalam rangka meningkatkan kualitas SDM telah dilakukan pemerintah kota pekanbaru baik kepada pengusaha-pengusaha sablon yang kemudian dilanjutkan kepada pengusaha rotan di Rumbai Pekanbaru. Pengadaan iven juga sering dilakukan oleh pemerintah kota pekanbaru seperti Pekanbaru Expo yang diadakan setiap tahun sekali. Hal demikian dilakukan

¹⁰ *Ibid.*

untuk melatih dan meningkatkan SDM pengusaha mikro kecil dan menengah agar lebih kreatif dan lebih terpacu dalam meningkatkan usaha.

Beberapa usaha yang telah dilakukan berkaitan dengan target yang harus dicapai pada PON 2012 dinas koperasi dan UMKM telah melakukan beberapa pelatihan-pelatihan guna meningkatkan SDM, memberikan akses modal yang mudah kepada pengusaha dan memberikan sarana kepada pengusaha yang berminat untuk mempromosikan produk yang mereka hasilkan pada PON 2012.

Dinas Koperasi Kota Pekanbaru berencana menyiapkan unit usaha mikro kecil dan menengah guna menyambut Pekan Olahraga Nasional XVIII-2012. Produk-produk yang dipersiapkan dan paling banyak dicari wisatawan lokal dan mancanegara adalah segala sesuatu yang berciri khas Riau, seperti kerajinan tangan, miniatur perahu lancang kuning, maupun makanan khas seperti bolu kemojo dan lempuk durian.¹¹

¹¹ Iswandi, *loc.cit.*

BAB III
TINJAUAN UMUM TENTANG UMKM DAN STRATEGI BISNIS NABI
MUHAMMAD SAW

A. Pengertian UMKM, Tujuan dan Peran UMKM dalam Perekonomian Masyarakat

1. Pengertian UMKM

Perkembangan dunia usaha di Indonesia, khususnya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah mencapai perkembangan yang cukup pesat. UMKM adalah salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, tak terkecuali Indonesia, UMKM memiliki peranan penting dan strategis dalam laju perekonomian masyarakat. Perkembangan UMKM sangat membantu pemerintah dalam penciptaan lapangan kerja baru, melalui UMKM banyak tercipta juga unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Selain itu UMKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar khususnya ketika krisis terjadi. UMKM terus mengalami pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun.¹²

Pengertian UMKM menurut undang-undang No 20 tahun 2008 adalah sebagai berikut:

¹² Sri Adiningsih, *Regulasi Dalam Revitalisasi Usaha Kecil dan Menengah Di Indonesia*, (<http://garuda.dikti.go.id: e-jurnal>), 2001

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.¹³

Adapun kriteria UMKM dalam undang-undang No 20 Tahun 2008 adalah sebagai berikut:

- a. Usaha mikro memiliki kriteria
 - 1) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

¹³ Undang-undang Republik Indonesia, *op.cit.*, h. 2

- 2) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)

b. Usaha kecil memiliki kriteria

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)

c. Usaha Menengah memiliki kriteria

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000 (sepuluh milyar) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

Kriteria sebagaimana disebutkan diatas nilai nominalnya dapat berubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan peraturan presiden.¹⁴

¹⁴ Undang-undang Republik Indonesia, *op.cit.*, h. 3

2. Tujuan dan Sasaran

Tumbuh dan berkembangnya usaha mikro kecil dan menengah sejalan dengan perkembangan lingkungan dimana keberadaannya tidak lepas dari pembinaan Dinas/Instansi terkait sebagai wujud kepedulian pemerintah baik pusat maupun daerah. Peran UMKM dalam pembangunan ekonomi adalah kemampuan usaha tersebut memberikan penghasilan untuk mencukupi kebutuhan keluarganya.

Disamping itu juga menciptakan lapangan kerja disekitarnya dengan memanfaatkan bahan baku dalam negeri, bahkan bahan baku lokal diwilayahnya sendiri.

Dengan demikian UMKM perlu terus diberdayakan dengan memberikan fasilitasi dan pemikiran yang mudah diaplikasikan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat di pedesaan. Sesuai dengan UU No 20 tahun 2008 tujuan pemberdayaan UMKM adalah:

- a. Menumbuhkan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan mikro, usaha kecil, dan usaha menengah.
- b. Mengembangkan usaha berbasis lokal/daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi UMKM.
- c. Menumbuhkembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh.

- d. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan ekonomi di daerah, menciptakan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan.¹⁵

Sasaran pemberdayaan UMKM adalah untuk memperoleh kepastian dan keadilan dalam berusaha dan kegiatan ekonomi berupa usaha produktif milik perorangan atau badan usaha sesuai dengan undang-undang.

3. Peran UMKM dalam Perekonomian Masyarakat

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UMKM selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik sektor tradisional maupun modern. Peranan usaha kecil tersebut menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelola oleh dua departemen, Departemen Perindustrian dan Perdagangan dan Departemen Koperasi dan UMKM. Namun demikian usaha pengembangan yang telah dilaksanakan masih belum memuaskan hasilnya, karena pada kenyataannya kemajuan UMKM sangat kecil dibandingkan dengan kemajuan yang sudah dicapai usaha besar.

Sampai dengan akhir tahun 2006, jumlah unit UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia mencapai angka 48,8 juta unit usaha. Namun demikian, dari jumlah tersebut, yang telah memperoleh kredit dari perbankan hanya sekitar 39,06% atau 19,1 juta, sehingga sisanya sejumlah 29,7 juta sama sekali belum tersentuh perbankan. Dari sejumlah 48,8 juta

¹⁵ Undang-undang Republik Indonesia, *op.cit.*, h. 4-5

UMKM tersebut ternyata 90 persennya adalah Usaha Mikro yang berbentuk usaha rumah tangga, pedagang kaki lima, dan berbagai jenis usaha mikro lain yang bersifat informal, dimana pada skala inilah paling banyak menyerap tenaga kerja dan mampu menopang peningkatan taraf hidup masyarakat.

Apabila tidak ada upaya khusus dari pemerintah, dikhawatirkan perbankan masih akan menghadapi kesulitan untuk dapat memberikan kredit kepada UMKM karena pada umumnya walaupun UMKM telah *feasible* namun belum *bankable*. Perbankan dituntut menerapkan manajemen risiko yang tidak cocok dengan kondisi UMKM khususnya dan kondisi makro ekonomi Indonesia. Meskipun sebelum tahun 2007, cukup banyak program pemerintah yang ditujukan untuk mempercepat perkembangan UMKM melalui berbagai jenis kredit perbankan, namun perkembangan berbagai program tersebut tampaknya belum menarik minat perbankan sehingga dampaknya belum dirasakan secara signifikan oleh para pelaku UMKM di tingkat bawah.

Dengan melihat kondisi diatas akhirnya Pemerintah Republik Indonesia mengeluarkan Inpres No.6 tanggal 8 Juni 2007 tentang Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan UMKM yang diikuti dengan adanya Nota Kesepahaman Bersama antara Departemen Teknis, Perbankan, dan Perusahaan Penjaminan yang ditandatangani pada tanggal 9 Oktober 2007, dengan ditandai peluncuran Penjaminan Kredit/Pembiayaan kepada UMKM. Akhirnya pada tanggal 5 November 2007, Presiden R.I Susilo Bambang Yudhoyono meresmikan kredit bagi

UMKM dengan pola penjaminan kredit dari Pemerintah melalui PT. Askrido dan Perum Sarana Pengembangan Usaha dengan nama Kredit Usaha Rakyat (KUR).¹⁶ Kebijakan penjaminan kredit ini diharapkan akan dapat memberikan kemudahan akses yang lebih besar bagi para pelaku UMKM dan Koperasi yang telah *feasible* namun belum *bankable*.

KUR ini merupakan fasilitas pembiayaan yang dapat diakses oleh UMKM dan Koperasi terutama yang memiliki usaha yang layak namun belum bankable. Maksudnya adalah usaha tersebut memiliki prospek bisnis yang baik dan memiliki kemampuan untuk mengembalikan namun belum mendapat akses pinjaman dari bank dengan mudah. UMKM dan Koperasi yang diharapkan dapat mengakses KUR adalah yang bergerak di sektor usaha produktif antara lain: pertanian, perikanan dan kelautan, perindustrian, kehutanan dan jasa keuangan simpan pinjam. Penyaluran KUR dapat dilakukan langsung, maksudnya UMKM dan Koperasi dapat langsung mengakses KUR di Kantor Cabang atau Kantor Cabang Pembantu Bank Pelaksana. Untuk lebih mendekatkan pelayanan kepada usaha mikro, maka penyaluran KUR dapat juga dilakukan secara tidak langsung, maksudnya usaha mikro dapat mengakses KUR melalui Lembaga Keuangan Mikro dan KSP/USP Koperasi, atau melalui kegiatan program kemitraan lainnya yang bekerjasama dengan Bank Pelaksana.

¹⁶ Djoko Retnadi, *Kredit Usaha Rakyat (KUR), Harapan dan Tantangan*, Economic Review No 212, Juni 2008 (Bank BNI)

B. Pengertian Strategi Bisnis, dan strategi Bisnis Nabi Muhammad S.A.W.

1. Pengertian Strategi

a. Konsep dan Pengertian Strategi

1) Pengertian Strategi

Strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumberdaya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan dalam perang dan damai.¹⁷

Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana jendral dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi militer didasarkan pada pemahaman akan kekuatan dan penempatan posisi lawan, karekteristik medan lawan, karekteristik medan perang, kekuatan dan karakter sumber daya yang tersedia, sikap orang-orang yang menempati teritorial tertentu, serta antisipasi terhadap setiap perubahan yang mungkin terjadi.

Dalam bukunya Jemsly Hutabarat dan Martani Huseini yang berjudul *Pengantar Manajemen Strategik Kontemporer* dituliskan beberapa pengertian srategi Dalam bidang manajemen oleh beberapa ahli dan pengarang diantaranya, Gerry Jhonson & Kevan Scholes' mendefinisikan strategi sebagai arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui konfigurasi sumber

¹⁷ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), Edisi II, Cet.9 h. 964

daya dalam lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi pihak yang berkepentingan.¹⁸

Hanry Mintzberg mendefinisikan strategi sebagai 5 P yaitu: strategi sebagai persepektif, strategi sebagai posisi, strategi sebagai perencanaan, strategi sebagai pola kegiatan, dan strategi sebagai “penipuan” (ploy) yaitu muslihat rahasia. Strategi sebagai persepektif, dimana strategi dalam bentuk misi, misi menggambarkan persepektif kepada semua aktivitas. Sebagai posisi dimana dicari pilihan untuk bersaing. Sebagai perencanaan, dalam hal strategi menentukan tujuan performasi perusahaan. Sebagai pola kegiatan, dimana didalam strategi dibentuk suatu pola, yaitu umpan balik dan penyesuaian.¹⁹

Pernyataan strategi secara eksplisit merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Strategi memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil akan bersifat subyektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain.

Strategi merupakan cara untuk mencapai sasaran jangka panjang. Strategi yang digunakan dalam menjalankan kegiatan usaha dapat termasuk perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan, divestasi,

¹⁸ Jemsly Hutabarat dan Martani Huseini, *Pengantar Manajemen Strategik Kontemporer* (Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2006), Cet. 1, h.18

¹⁹ *Ibid.*

likuidasi, dan usaha patungan. Sasaran dapat ditentukan sebagai hasil yang spesifik yang ingin dicapai sebuah organisasi dengan melakukan misi dasarnya. Jangka panjang berarti lebih dari satu tahun. Sasaran perlu untuk keberhasilan organisasi karena menyatakan arah, membantu dalam evaluasi, menciptakan sinergi, mengungkapkan prioritas, memfokuskan koordinasi, dan menyediakan dasar untuk perencanaan, pengorganisasian, memotivasi, dan mengendalikan aktivitas secara efektif. Sasaran harus menantang, dapat diukur, konsisten, pantas, dan jelas.

Dari berbagai pengertian dan definisi mengenai strategi, secara umum dapat didefinisikan bahwa strategi itu adalah rencana tentang serangkaian manuver, yang kasat mata maupun yang tak kasat mata, untuk menjamin keberhasilan suatu tujuan.²⁰

2) Tipe-tipe Strategi

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 tipe strategi yaitu, strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis.²¹

a) Strategi Manajemen, meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya : strategi pengembangan produk, strategi penerapan

²⁰ *Ibid*, h. 19

²¹ Freddy Rangkuti, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), Cet. 14, h. 6-7

harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

- b) Strategi Investasi, merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya; apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.
- c) Strategi Bisnis, sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya : strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

b. Pengertian Bisnis

Menurut Hughes dan Kapoor (R. Lukman Fauroni, 2006, p26) menyatakan bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapat keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.²²

Menurut Dr.Brown dan Petrello (sherly, 2010, p.8) bisnis adalah lembaga penghasil barang dan jasa yang dibutuhkan masarakat. Jika

²² R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), Cet.1, h. 26

kebutuhan masyarakat meningkat maka perkembangan lembaga pun akan meningkat.²³

Berdasarkan dua definisi tersebut, dapat dikemukakan bahwa kegiatan bisnis itu dapat dilakukan secara individu maupun kelompok yang terorganisir dalam suatu institusi, dengan tujuan menghasilkan atau memasarkan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat, oleh karena itu sebenarnya kegiatan bisnis meliputi dua hal utama, yaitu; proses produksi dan pemasaran barang dan jasa.

Jadi, bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan baik dengan cara berkelompok maupun dengan cara individu dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan memasarkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

c. Pengertian Strategi Bisnis

Strategi bisnis adalah serangkaian rencana dan tindakan terintegrasi yang didisain bagi perusahaan sebagai sarana untuk memperoleh keuntungan melebihi pesaingnya sekaligus untuk memaksimalkan laba.²⁴ Strategi bisnis adalah sebuah skenario bagaimana suatu bisnis bergerak mencapai sasarannya atau bagaimana sebuah bisnis mengatasi

²³ Sherly, 25 *Usaha Terlaris Modal 1-3 Jutaan*, (Yogyakarta: Penerbit Jogja Great Publisher, 2010) Cet.1, h.8

²⁴ WARREN, Carl S, REEVE, James M diterjemahkan Abdul Halim, *Pengantar Akuntansi : Accounting*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), Edisi 21, h.5

permasalahannya.²⁵ Karena itu, strategi bisnis juga bisa ditarik sebagai salah satu model dalam menyusun sukses model bisnis.

Untuk meningkatkan pemasaran suatu produk dalam sebuah perusahaan besar, perusahaan akan melakukan strategi pemasaran yaitu yang lebih dikenal dengan *Marketing Mix* atau juga yang lebih dikenal dengan konsep produk, harga, tempat dan harga. Sekilas *marketing mix* sudah membahas pemasaran secara keseluruhan; mulai dari bagaimana anda menciptakan suatu produk sampai bagaimana strategi mempromosikannya.

Marketing mix merupakan taktik dalam mengintegrasikan tawaran, logistik, dan komunikasi produk atau jasa anda. Dengan *marketing mix*, anda tidak hanya perlu membuat penawaran yang menarik, tetapi harus memikirkan taktik yang tepat dalam mendistribusikan dan mempromosikannya. Hal ini penting karena *marketing mix* merupakan aspek yang paling terlihat dari sebuah perusahaan dalam aspek pemasaran. Jangan sampai anda memiliki tawaran bagus, tetapi tidak bisa mengkomunikasikannya ke pelanggan secara tepat. Jika anda kurang bisa mempromosikannya, tawaran anda menjadi tidak diminati pelanggan. Jadi sebenarnya *marketing mix* bisa dikelompokkan lagi menjadi dua bagian, yaitu penawaran (*offering*) yang berupa produk dan harga, serta akses (*access*) yang berupa tempat dan promosi. Apa saja yang anda tawarkan harus diintegrasikan secara baik dengan logistik, termasuk saluran

²⁵ Bijie Widjajanto, *Franchise: Cara Aman Memulai Bisnis*, (Jakarta: Grasindo, 2009), Cet.1, h. 70

distribusi, dan taktik komunikasi, untuk menciptakan sebuah kekuatan pemasaran.

Misalnya taktik yang dilakukan Coca-Cola memang cukup dikenal dengan inovasi produknya. Salah satu produk inovasi terbaru adalah freastea. Seperti dikatakan diatas, hanya mengandalkan produk yang baik saja tidaklah cukup. Karena itu, Coca-Cola pun melakukan upaya promosi secara gencar dan memanfaatkan keunggulan saluran distribusi yang telah dimilikinya, yang bahkan mampu menjangkau warung-warung kecil. Tak pelak, freastea langsung menjadi salah satu pemain besar dalam industri *softdrink*.

Tak ketinggalan, Coca-Cola mempersiapkan berbagai program promosi untuk mengkomunikasikan produk-produknya. Taktik ini sungguh tepat karena Coca-Cola selalu mengadakan promosi bersamaan even yang sedang berlangsung, seperti konser musik, turnamen sepak bola piala eropa, dan pameran diberbagai tempat. Selain itu Coca-Cola pun giat beriklan di radio dan TV. Keberhasilan ini terlihat setelah pada tanun 2004, iklan Coca-Cola versi kebayan dinobakan sebagai iklan paling efektif pada bulan Februari dan Maret versi survei TV Ad Monitor MRI.²⁶

²⁶ Hermawan Kartajaya, *Marketing Mix (Seri 9 Elemen Marketing)*, (Bandung; PT. Mizan Pustaka, 2007), Cet. III, h. 17-21

2. Strategi Bisnis Nabi Muhammad S.A.W

Strategi bisnis yang dijalankan Rasulullah S.A.W meliputi strategi operasi, strategi pemasaran, strategi sumberdaya manusia, dan strategi keuangan. Al Qur'an memberikan tuntunan dalam menjalankan bisnis hendaknya menggunakan *jihad fi sabilillah* dengan harta dan jiwa atau dalam bahasa manajemen menggunakan strategi di jalan Allah dengan mengoptimalkan sumberdaya.²⁷

a. Strategi Operasi

Strategi operasi merupakan strategi untuk mengubah masukan (bahan baku, bahan pendukung, mesin manusia) menjadi keluaran yang bernilai. Strategi operasi harus dikoordinasi dengan strategi pemasaran, strategi sumberdaya manusia dan strategi keuangan. Strategi operasi berkaitan dengan fasilitas dan peralatan, sumberdaya dan perencanaan dan pengendalian operasi. Dalam strategi operasi terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan diantaranya perilaku yang baik, mengutamakan produksi, dan mengutamakan keahlian.

1) Perilaku yang baik

Strategi operasi bisnis harus berjalan dengan baik mengikuti syari'ah. Carilah rezeki dengan cara yang baik, memiliki makna yaitu dengan usaha yang baik untuk mendapatkan bagianmu dari dunia tanpa menyulitkan dan melelahkan. Juga berbuat baik dalam menuntut dunia adalah yang baik menurut syari'ah dan terpuji menurut

²⁷ Muhammad Suyanto, *op.cit.*, h. 219

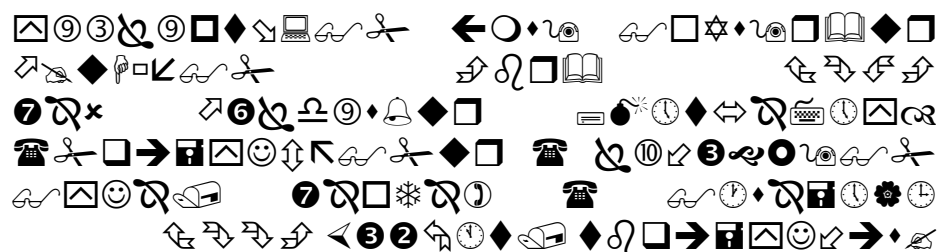
kebiasaan sehingga dicari dari sisi kehalalannya. Menerima bagian yang telah Allah sediakan untuknya. Tidak menuntutnya secara tamak dan rakus sehingga tidak lupa mengingat Allah dan tidak berada dalam kondisi yang syubhat.

2) Mengutamakan Produksi

Rasulullah S.A.W lebih mengutamakan produktivitas daripada hanya sekedar mendapatkan keuntungan, hal demikian dimaksudkan agar harta itu menjadi lebih produktif dan terus berkembang.

3) Mengutamakan Keahlian

Allah dan Rasul-Nya menganjurkan untuk mempunyai keahlian. Sebagaiman firman Allah:



Artinya: *“Dan Kami telah melunakkan besi untuknya. Buatlah baju besi yang besar-besar dan ukurlah anyamannya dan kerjakanlah amalan yang saleh. Sesungguhnya Aku melihat yang kamu kerjakan” (Saba’ ayat 10-11)*²⁸

Dan Kami jadikan besi pada tangan Daud lunak, sehingga mudah baginya membuat baju-baju dan alat-alat perang dengan sistem yang paling sempurna dan bentuk yang paling indah. Dia membuat

²⁸ Depag RI, *al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV.Diponegoro, 2008), Cet.3, h.429

gelang-gelang dari besi untuk baju-baju dan alat perang itu sesuai dengan kebutuhan. Jadi tidak terlalu sempit sehingga tidak kuat dan tidak bisa menunaikan tugasnya menyerang ataupun lari dan mengikat ataupun menarik. Dan tidak pula terlalu lebar sehingga mungkin saja menyebabkan orang yang memakainya merasa terganggu. Hal ini merupakan pengajaran dari Allah kepada Daud, bagaimana ia menganyam baju-baju besi dengan baik.²⁹

Dalam ayat diatas dapat disimpulkan bahwa pentingnya keahlian yang harus dimiliki oleh seseorang dalam melakukan pekerjaannya. Hal ini agar menciptakan kualitas yang baik dari produk yang akan kita hasilkan.

b. Strategi Sumber Daya Manusia

Strategi pengembangan sumberdaya manusia yang dilakukan Nabi Muhammad S.A.W meliputi merencanakan dan menarik sumberdaya manusia yang berkualitas, mengembangkan sumberdaya manusia agar berkualitas, menilai kinerja sumberdaya manusia, memberikan motivasi dan memelihara sumberdaya manusia yang berkualitas.³⁰

1) Penarikan Sumberdaya yang Berkualitas

Penarikan sumberdaya manusia merupakan pencarian sejumlah calon karyawan yang memenuhi syarat dalam jumlah tertentu

²⁹ Ahmad Mustafa al-Maraghi, *Tafsir al-Maraghi* diterjemahkan oleh Bahrin Abubakar, Lc, Drs. Hery Noer Aly, dan K. Anshori Umar Sitanggal dengan judul *Tafsir al-Maraghi*, (Semarang; PT. Toha putra, 1992) Cet.2, h.106

³⁰ Muhammad Suyanto, *op.cit.*, h. 223

sehingga dari mereka dapat menyeleksi orang yang paling tepat untuk mengisi lowongan pekerjaan yang ada dan menyesuaikan seseorang dengan jabatan yang akan dipegangnya, berdasarkan pada kebutuhan jabatan dan pengetahuan, ketrampilan, kemampuan, preferensi dan kepribadian karyawan tersebut. Kriteria sumberdaya manusia yang dibutuhkan adalah yang kuat dan dapat dipercaya. Hal demikian didasarkan pada firman Allah surat al-Qashash ayat 26:



Artinya : *“Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), Karena Sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang Kuat lagi dapat dipercaya". (al-Qashash 26)*³¹

2) Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan sumberdaya manusia merupakan usaha yang sengaja dilakukan untuk meningkatkan kinerja sekarang dan yang akan datang dengan meningkatkan kemampuan. Kegiatan pengembangan untuk mempersiapkan para karyawan untuk kemajuan karir dikemudian hari, bahkan bila hal tersebut belum diidentifikasi. Kegiatan pengembangan juga menjamin bahwa para karyawan memenuhi syarat untuk posisi yang mereka cita-citakan.

³¹ Depag RI, *op.cit.*, h.388

3) Penilaian Kinerja Sumberdaya Manusia

Penilaian kinerja mengacu pada suatu sistem yang mengukur, menilai dan mempengaruhi sifat-sifat yang berkaitan dengan pekerjaan, perilaku dan hasil yang dikerjakannya. Hal demikian dilakukan untuk memelihara potensi kerja, menentukan kebutuhan pelatihan kerja, dasar pengembangan karier dan dasar promosi jabatan.³²

4) Pemeliharaan Sumberdaya Manusia

Pemeliharaan sumberdaya manusia meliputi hubungan antar manusia, keselamatan dan kesehatan kerja. Hubungan antar manusia tersebut antara lain saling mencintai, memberi salam, menjaga kehormatan, menghormati kepada yang lebih tua dan rendah hati, wajah yang berseri, memberi pertolongan, bercermin pada diri sendiri, mendamaikan yang berselisih, menutup cela orang lain, dekat dengan orang kecil, suka memberi rasa gembira, suka menjenguk orang sakit, tidak menyakiti, dan tidak membalas kejahatan dengan kejahatan. Keselamatan dan kesehatan kerja menunjuk kepada kondisi fisiologis-fisik dan psikologis tenaga kerja yang diakibatkan oleh lingkungan kerja yang disediakan. Bahkan Rasulullah S.A.W memperlakukan pelayan dan budak (hamba saya) harus dengan baik, tidak boleh memperkerjakan secara paksa.

³² Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani; 2002) Cet.1, h.308

c. Strategi keuangan Nabi Muhammad S.A.W

Strategi keuangan Nabi Muhammad S.A.W. bertujuan pemanfaatan sumberdaya keuangan untuk mendukung bisnis, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Strategi keuangan ini mencakup penghapusan riba, monopoli (ihtikar) dan perjudian (maisir) dalam semua transaksi, peningkatan kekayaan dan pemerataan distribusi pendapatan serta pencapaian masyarakat yang sejahtera dibawah perlindungan Allah SWT.³³

1) Riba

Riba secara bahasa bermakna: *Ziyadah* (tambahan). Dalam pengertian lain, secara linguistik, riba juga berarti tumbuh dan membesar. Adapun menurut istilah teknis, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Ada beberapa pendapat dalam menjelaskan riba, namun secara umum terdapat benang merah yang menegaskan bahwa riba adalah pengambilan tambahan. Baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam-meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam islam.³⁴

Riba memiliki dampak yang tidak baik dalam kehidupan bermasyarakat, hal demikian dikarenakan riba merupakan pengambilan keuntungan yang dilakukan secara batil. Para pengambil riba menggunakan uangnya untuk memerintahkan orang lain agar

³³ Muhammad Suyanto, *op.cit.*, h. 242

³⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), Cet.1, h.38

berusaha dan mengembalikan uangnya. Persoalannya, siapa yang bisa menjamin bahwa usaha yang dijalankan oleh orang itu nantinya mendapatkan keuntungan lebih dari dua puluh lima persen? semua orang apalagi yang beragama, tahu bahwa siapapun tidak bisa memastikan apa yang terjadi besok atau lusa. Siapun tahu bahwa berusaha memiliki dua kemungkinan: berhasil atau gagal. Dengan menetapkan riba, orang sudah memastikan bahwa usaha yang dikelola pasti untung.

2) Ihtikar

Ihtikar berasal dari kata *hakara* yang arti *az-zulm* (aniaya) dan *isa' al-mu'asyarah* (merusak pergaulan). Secara istilah berarti menyimpan barang dagangan untuk menunggu lonjakan harga. Ihtikar yang dapat dipadankan dalam bahasa inggris sebagai *monopoly* atau *monopolistic*. Artinya ialah suatu tindakan menguasai pasar sedemikian rupa sehingga dapat merusak mekanisme pasar yang ada, maka dia dapat mengendalikan harga sekehendaknya. Diantara caranya ialah dengan menimbunnya (menahannya) sehingga barang tersebut langka dipasar. Akibatnya, harga barang tersebut akan naik sesuai kehendak sang penimbun.³⁵

³⁵ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syari'ah (Konsep dan Sistem Operasional)*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), Cet.1, h.372

3) Perjudian (*Maisir*)

Kata *maisir* dalam Bahasa Arab arti secara harfiah adalah memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa bekerja. Yang biasa juga disebut berjudi. Istilah lain yang digunakan dalam al-Qur'an adalah kata '*azlam*' yang berarti praktik perjudian.³⁶

Prinsip berjudi adalah terlarang, baik itu terlibat secara mendalam maupun hanya berperan sedikit saja atau berperan sama sekali, lain mengharapkan keuntungan semata (misalnya hanya mencoba-coba) di samping sebagian orang-orang yang terlibat melakukan kecurangan. Kita mendapatkan apa yang semestinya kita tidak dapatkan, atau menghilangkan suatu kesempatan. Melakukan pemotongan dan bertaruh benar-benar masuk dalam kategori definisi berjudi.

Judi pada umumnya (*maisir*) dan penjualan undian khususnya (*azlam*) serta segala bentuk taruhan, undian atau lotre yang berdasarkan pada bentuk-bentuk perjudian adalah haram didalam Islam. Rasulullah melarang segala bentuk bisnis yang mendatangkan uang yang diperoleh dari untung-untungan, spekulasi, dan ramalan atau terkaan (misalnya judi) dan bukan diperoleh dari bekerja.

³⁶ Abdullah Amrin, *Asuransi Syariah*, (Jakarta: PT Elex Media, 2006), Cet.1, h.50

d. Strategi Pemasaran

1) Segmentasi Pasar dan Pembidikan Pasar

Segmentasi pasar adalah tindakan membagi-bagi pasar kedalam kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin untuk mendapatkan kelompok mana yang memiliki peluang segmentasi terbaik. Dengan demikian segmentasi pasar dapat dibagi berdasarkan segmentasi geografi, demografi, psikografi, perilaku, dan manfaat.³⁷

Segmentasi geografi ialah membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda-beda. Misalnya, negara, provinsi, kota, kepulauan dan berdasarkan musim. Sedangkan segmentasi demografi yang dilakukan Muhammad S.A.W adalah pasar dikelompokkan berdasarkan keluarga, kewarganegaraan dan kelas sosial. Untuk keluarga, Muhammad menyediakan produk peralatan rumah tangga. Sedangkan produk yang dijual Nabi Muhammad S.A.W untuk warga negara asing di Busra terdiri dari kismis, parfum, kurma kering, barang tenunan, batangan perak dan ramuan.

Segmentasi psikografi yang dilakukan Nabi Muhammad S.A.W mengelompokkan pasar dalam variabel gaya hidup, nilai dan kepribadian. Gaya hidup ditunjukkan oleh orang-orang menonjol dari pada kelas sosial. Minat terhadap suatu produk

³⁷ Muhammad Suyanto, *op.cit.*, h. 259

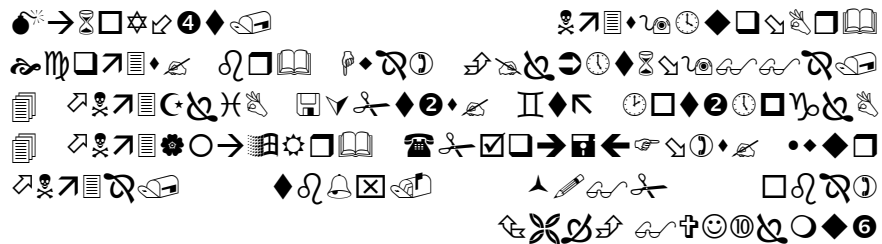
dipengaruhi oleh gaya hidup, maka barang yang dibeli oleh orang-orang tersebut untuk menunjukkan gaya hidupnya. Nabi mengetahui kebiasaan orang Bahrain, cara hidup penduduk Bahrain, cara mereka minum dan cara mereka makan.

Segmentasi manfaat mengklasifikasikan pasar berdasarkan atribut (nilai) atau manfaat yang terkandung dalam suatu produk. Konsumen akan mencari produk yang menyediakan manfaat khusus untuk memuaskan kebutuhannya. Nabi Muhammad S.A.W tidak hanya berdasarkan manfaat material, tetapi lebih dari itu adalah manfaat yang disebut *masalahah*. *Maslahah* merupakan kepuasan kebutuhan manusia yang luas mencakup kebutuhan material (*al-mal*), jiwa (*al-nafs*), kebenaran (*ad-din*), kecerdasan (*al-aql*) dan keluarga (*al-nasl*).³⁸

Setelah melakukan segmentasi pasar, berikutnya, pemasar harus membidik segmen pasar yang terbaik. Untuk melakukannya, pemasar terlebih dulu harus mengevaluasi potensi laba masing-masing segmen.

Nabi Muhammad SAW memasarkan barang-barang manufaktur, pakaian, barang mewah dan untuk orang kaya Mekah dan memasarkan peralatan rumah tangga untuk keluarga biasa. Sedangkan untuk warga negara asing di Busra dipasarkan kismis,

³⁸ Muhammad Suyanto, *op.cit.*, 261



Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*”.(An-nisa : 29)³⁹

Strategi harga yang digunakan Nabi Muhammad S.A.W yang lain adalah prinsip tidak menyaingi harga orang lain, prinsip membantu orang lain dan tidak menyongsong membeli barang sebelum dibawa ke pasar serta tidak berbohong.

4) Strategi promosi

Promosi yang dilakukan Rasulullah S.A.W lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan meliputi berpenampilan menawan, membangun relasi, mengutamakan keberkahan, memahami pelanggan, mendapatkan kepercayaan, memberikan pelayanan hebat, berkomunikasi, menjalin hubungan yang bersifat pribadi, tanggap terhadap permasalahan, menciptakan

³⁹ Depag RI, *op.cit.*, h.83

perasaan satu komunitas, berintegrasi, menciptakan keterlibatan dan menawarkan pilihan.⁴⁰

⁴⁰ Muhammad Suyanto, *op.cit.*, h. 271

BAB IV

STRATEGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KOTA PEKANBARU DALAM MENANGKAP PELUANG PON KE XVIII DI PROVINSI RIAU TAHUN 2012 MENURUT EKONOMI ISLAM

A. Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Pekanbaru dalam Menangkap Peluang PON ke XVIII di Provinsi Riau tahun 2012

Pelaksanaan PON ke XVIII yang akan diadakan di Kota Pekanbaru tidak hanya membuka kesempatan yang seluas-luasnya bagi olahragawan untuk meraih juara dalam even tersebut namun membuka peluang bisnis besar yang harus dimanfaatkan dengan baik bagi UMKM di Kota Pekanbaru. Even ini memberikan kesempatan bagi UMKM untuk mengembangkan, mempromosikan dan bahkan mendapatkan keuntungan yang besar dari wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Dalam hal ini perencanaan strategi bisnis yang baik dan matang sangat menentukan hasil yang akan dicapai.

Oleh karena itu strategi bisnis harus direncanakan oleh UMKM Kota Pekanbaru untuk menyambut even PON ke XVIII agar mencapai target, dari pemenuhan kebutuhan modal, inovasi terhadap produk baik produk makanan maupun kerajinan, melakukan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan SDM baik pengusaha maupun karyawan serta memberikan pelayanan prima baik dari penampilan sampai tatacara khusus kepada calon pengunjung pada even PON ke XVIII tahun 2012 yang akan diadakan di Provinsi Riau.

Dari data yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru dapat dilihat pengusaha-pengusaha yang mendapat pembinaan untuk menjelag even PON ke XVIII sebagai berikut:

Pengusaha Bidang Usaha Industri Tahun 2010

No	Nama UKM	Jenis Usaha	Pimpinan	Alamat Tempat Usaha
1	Zainal st Mudo	Industri	Zainal St Mudo	Budi Utomo (02/04) Labuh Baru-Payung Sekaki
2	eka bordir	Industri	Eka Mulyana	Jl, Hang Tuah Gg. Hang Tuah
3	kartiwa bordir	Industri	Iwa Kartiwa	Jl. Merak No. 18
4	Aisyah	industri	Dodik Hidayat	Jl.Telaga Sari No.4(03/04) Rumbai
5	Jasa one prabot	Industri	Syafei	Jl.Sudirman No.73 (04/03) B.Raya
6	Febia service	Industri	Siti Aisyah Rahman	Jl.T.Tambusai No.81 (03/07) S.Jadi
7	Yunait	Industri	Drs. Yuliot Musyul, SH	Jl. Wonorejo no. 3 RT 02/01
8	Omah Batiq Sekar Gendis	Industri	Hj. Sulistyo Indryastuti	Jl. Pandayanin No. 4 Harapan Raya
9	Rizal Furniture	Industri	Hendrizal J	Jl. Yos Sudarso No. 636
10	Tenun Songket Melayu Nurmala	Industri	Nurmala	Jl. Srikandi Komp. Wadya Graha III B C No. 16
11	Songkok Melayu Faisal	Industri	Shelly Mardhia Faizy	Jl. Merpati Sakti Perum Cendrawasih Blok F No. 06
12	Sudana sr	Industri	Sudana Sr	Jl.Tegalsari N0.75 (Umban Sari-RBI PSSR)
13	Suandani	Industri	Suandani	Jl.Kuantan V No.25 (Rt02/04) Tjg Rhu-Lp
14	HYuzirman	industri	H Yuzirman	Jl.Sialang Bengkok Kulim Perum Griya Hrp Jy D/17
15	Siti	Industri	Siti Mahmudah	Jl.Teratai Gg.Bunga

	Mahmudah			(02/03) Skjd-Skjd
16	Noor Ainny	Industri	Noor Ainny	Jl.Sepakat Mkp K-6 (03/2)Tkrg Tmr-Tnyn Ry
17	Sumiati	Industri	Sumiati	Jl. Rokan no. 86 (04/1)tjg rhu-lp
18	Indra Lesmana	Industri	Indra Lesmana	Jl.Utama Gg Rahmat 1 Rt01/04(Kp Tgh-Skjd)
19	Hj. Wiwit Kurniasih	Industri	Hj. Wiwit kurniasih	Jl.Bunga Raya No.12 Rt03/12(Tkrg Slt-Bkt Ry)
20	Zulferi Caniago	Industri	Zulferi Caniago	Jl.Mangga Besar Iii No.38 (07/01)Tkrg Tmr-Tnyn Ry
21	Pandai Besi	Industri	Anwardin	Jl. Kaharuddin Nasution RT.01/07 Kel. Maharatu-Marpoyan Damai
22	Karya Bersama	Industri Batu bata	M. Khairil.t	Jl. Simpang Jengkol RTIII/ 05 Kel. Sail- Tenayan Raya
23	Usaha Mandiri	Industri Batu Bata	Wazirman	Jl. Budi Luhur RT.03/08 Kel. Sail-Tenayan Raya
24	UD. Batu bata	Industri Batu Bata	YulInar	Jl. Hang Tuah Ujung Sp. Budi Luhur (05/05) Sail-Tenayan Raya
25	Usaha Tukiren	Industri Batu Bata	Tukiren	Jl. Budi Luhur Rt.06/08 Kel. Sail Kec. Raya
26	bata pres	Industri Batu Bata Pres	Yefra Hardi	Jl. Budi Bhakti RT.03/08 Kel. Sail- Tenayan Raya
27	Usaha Sigit Sempurna	Industri Kerupuk	Suparni	Jl. Kayu Mas Gg. Mesjid No. 30 RT.01/02 Kel.Tampan-Payung Sekaki
28	Usaha Wulan	Industri Kue	Dra. Mahlinar Bety	Jl. Hanggada Blok NN- 16 RT.07/11 Kel.Sidomulyo Brt- Tampan
29	Usaha Kembar Jaya	Industri Kue	Mahlizar	Jl. Hang Tuah Ujung No.129 RT.03/04 Rejosari-Tenayan Raya
30	Damira	Industri Makanan	Sunarti	Jl.Tegasari Uj (04/09) Umbansari-Rbi
31	Syofyan	Industri	Syofyan	Jl. Adi Sucipto No. RT.

		Makanan Ringan		/ Kel. Sidomulyo Barat-Marpoyan Damai
32	Mie Taratai	Industri Mie Basah	Risman Amin Chan	Jl. Raya Pekanbaru-Bangkinang Gg.Taratai 171 (05/04) Sidomulyo Brt-Tampan
33	saryogi konveksi	Industri Pakaian Olah Raga	Yuswirman	Jln Sidorukun Gg Mushalla No 7 Sigunggung Labuh Baru
34	Mahlizar	Palet	Mahlizar	Jl.Parkit XIII no. 318 (03/13) maharatu-sail
35	Alfi Doris	Kopi Bubuk	Alfi Doris	Jl. Fajar No. 81 Kel. Labuh Baru Timur Kec. Payung Sekaki Pekanbaru
36	yettina	Kue Basah	Yettina	Jl. Kampung Dalam RT 04/05 Kel. Kampung Dalam Kec. Senapelan Pekanbaru
37	Jamilah	Kue basah	Jamilah	Jl. Sialang Bungkok Blok F No. 32 RT/RW 07/15 Kel. Sail Kec. Tenayan Raya Pekanbaru
38	Isramiharti	Kue basah dan kering	Isramiharti	Jl. Pemuda Gg. Purwo No. 19 Kel. Tampan Kec. Tampan Pekanbaru
39	Warung Lontong Dan Harian	Makanan dan	Naharuddin	Jl. Pahlawan kerja Maharatu Marpoyan Damai
40	Yullina	Makanan khas Riau	Yullina	Jl. Jenderal Sudirman No. 397 B Pekanbaru.
41	Jumirah	Makanan Ringan	Jumirah	Jl. Pemuda Gg. Purwa No. 26 RT/RW 002/001 Kel. Tampan Kec. Payung Sekaki Pekanbaru
42	Nurlela Sari Siregar	Makanan Ringan	Nurlela Sari Siregar	Jl. Hang Tuah Gg. Mangga Ujung RT. 001/001 Kel. Sail Kec. Tenayan Raya Pekanbaru.
43	Alaida Farida	Makanan Ringan	Alaida Farida	Jl. Kapas No. 08 RT 002/007 Kel. Rejosari Kec. Tenayan Raya Pekanbaru

44	Kios Nabila	Makanan Ringan dll	Ridwan	Jln. Pahlawan Kerja Rt. 03/02 Kel. Maharatu
45	Instana Juice	Minuman dan	Hj. Fatmawati	Jl. Kaharuddin Nasution No.60 RT.01/02 Maharatu-Marpoyan Damai
46	Enit Saniti	P.TAHU	Enit Saniti	Jl. Lobak ujung no.8 (02/16) delima-tampan
47	Asep S	P.TAHU	Asep S	Jl.Lobak Ujung No.98 (02/16) Delima-Tampan
48	Hery Yanto	Produksi Odong-Odong	Hery Yanto	Jl. Kampung Baru RT 004/005 Kel. Sail Kec. Tenayan Raya Pekanbaru.
49	Demellya	Usaha membuat kue & catering	Demellya	

Sumber Data : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru

Pengusaha Bidang Kerajinan Tahun 2010

No	UKM	Jenis usaha	Pimpinan	Alamat
1	Bordir Dua Mawar	Kerajinan	Yurnalis	Jl.Agus Salim Gg Irsyad No.18(04/03)P.Kota
2	Tahu Makmur	Kerajinan	Nurcholis	Jl.Garuda Ujung (02/05) S.Tiga
3	Auzar	Kerajinan Rotan	Auzar	Jl. Yos Sudarso Rumbai Pekanbaru
4	Rida Warman	Kerajinan Rotan	Rida Warman	Jl. Yos Sudarso No. 151 B Rumbai Pekanbaru
5	Yusrizal Dalimunte	Kerajinan Rotan	Yusrizal Dalimunte	Jl. Yos Sudarso No. 151 RT/RW 002/012 Kel. Sri Meranti Kec. Rumbai Pekanbaru
6	Syahrial	Kerajinan Rotan	Syahrial	Jl. Yos Sudarso No. 151 D RT/RW 002/012 Kel. Sri Meranti Kec. Rumbai Pekanbaru
7	Basli	Kerajinan Rotan	Basli	Jl. Yos Sudarso No. 152 B RT/RW 001/012 Kel. Sri Meranti Kec. Rumbai Pekanbaru
8	Heni Afriani	Kerajinan Songket Riau	Heni Afriani	Jl. Cengal No. 4 RT 03/03 Kel. Kampung Baru Kec.

				Senapelan Pekanbaru
9	Helda Khusus	Konveksi	helmiati	Jl.Duyung No.38 (03/01)Tkrgr Brt-Mp D
10	Arneti	Konveksi	Arneti	Jl.Melati gg. Taufik (02/06) padang bulan-senapelan
11	Febri Hanita	Konveksi	Febri Hanita	Jl.Suka Karya (07/03) Sail
12	Ermawita	konveksi	Ermawita	Jl.Suka Terus ii no. 6 (02/01) sukamulia-sail
13	H.Syafrizal	Konveksi	H.Syafrizal	Jl.Tambusai no. 165 (02/04) pekanbaru kota
14	Anne Listanti	Konveksi	Anne Listanti	Jl.Jend.Sudirman (02/06) Simpang Empat-Pekanbaru Kota
15	Elisabeth Hesti Astuti	Konveksi	Elisabeth Hesti Astuti	Jl. Mulyorejo No. A2 RT 02/03 Kel. Sukamaju Kec. Sail Pekanbaru
16	Warnis	Gordyn & vitrase	Warnis	
17	Natra Gorden	Pembuatan Gorden	E R N I T A	Jl. Tengku Bey Komplek Peputra Jaya I No.09 (04/014) Simpang Tg-Bukit Raya
18	Bagindo Marten Koto	Penjahit	Bagindo Marten Koto	Jl.Kruing II Blok B No. 10. RT/RW. 01/03 Kel. Pandau Jaya Kec. Siak Hulu
19	Penjahit Yus Bordir	Penjahit dan Bordir	Yusmi	Jl. Kaharuddin Nasution No.135 RT.01/02 Maharatu-Marpoyan Damai
20	Penjahit Surya Rizky	Penjahit Pakaian wanita	Roslina	Jl. Kelapa Sawit RT.05 RW.03 Gg.Kesuma Bakti-Kel.Sp. Tiga-Bukit Raya
21	Maria Aribeni	Penjahit Pakiaian	Maria Aribeni	Pasar Danau Bingkuang Kab. Kampar Riau

Sumber Data : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru

Untuk melihat bagaimana strategi UMKM Kota Pekanbaru dalam rangka menyambut peluang PON tahun 2012 dapat dilihat dari tabel-tabel di bawah ini sesuai dengan 35 angket yang disebarakan penulis.

Tabel 1

Tanggapan Pengusaha Dalam Melakukan Peminjaman Modal Untuk Menyambut
PON ke XVIII Tahun 2012

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	a. Iya	28	80%
2.	b. Tidak	2	5.7%
3.	c. Masih difikirkan	5	14.2%
	Jumlah	35	100%

Dari tabel diketahui bahwa 80% pengusaha menyatakan iya, 5.7% pengusaha menyatakan tidak, sedangkan 14.2% pengusaha masih difikirkan apakah mereka akan membutuhkan modal lebih atau tidak pada even PON ke XVIII tahun 2012. Dapat disimpulkan hampir seluruh pengusaha membutuhkan modal lebih untuk menyambut PON ke XVIII tahun 2012.

Begitu pentingya modal dalam dunia usaha, sehingga banyak cara yang dilakukan untuk mendapatkan modal, salah satunya melakukan peminjaman modal. Peminjaman modal dapat dilakukan pada lembaga keuangan atau orang yang memiliki modal lebih. Untuk dapat mengetahui upaya pengusaha UMKM Kota Pekanbaru dalam mendapatkan modal dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2

Strategi Pengusaha Dalam Melakukan Peminjaman Modal Kepada Lembaga
Keuangan Dalam Menyambut PON ke XVIII Tahun 2012

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	a. Lembaga keuangan konvensional	25	71.4%
2.	b. Lembaga keuangan syariah	2	5.7%
3.	c. Orang lain	8	22.8%
	Jumlah	35	100%

Dari tabel diketahui 71.4% pengusaha menjawab lembaga keuangan konvensional. Kemudian 5.7% pengusaha menjawab lembaga keuangan syariah, dan 22.8% pengusaha menjawab melakukan peminjaman kepada orang lain.

Dengan demikian diketahui bahwa sebagian besar dari pengusaha yang dijadikan sample melakukan peminjaman modal kepada bank konvensional dan hanya sebagian kecil saja yang melakukan kepada bank syariah dan kepada sebagian lagi memilih untuk melakukan peminjaman modal kepada orang lain yang memiliki modal lebih.

Selain mencukupi kebutuhan modal, strategi yang kedua yaitu inovasi terhadap produk. Dimana setiap produk yang mereka hasilkan merupakan produk andalan untuk menangkap peluang baik promosi dan keuntungan pada even PON ke XVIII tahun 2012. Untuk mengetahui bagaimana strategi produk yang dilakukan pengusaha UMKM Kota Pekanbaru dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3

Strategi Pengusaha Dalam Menciptakan Produk Baru Untuk Menyambut PON Ke XVIII Tahun 2012

No	Alternatif Jawaban	Pengusaha	Persentase (%)
1.	a. Iya	7	20%
2.	b. Tidak	14	40%
3.	c. Hanya menambahkan sedikit variasi pada produk yang sudah ada	14	40%
	Jumlah	35	100%

Dari tabel diketahui 20% pengusaha menyatakan iya, 40% pengusaha menyatakan tidak menciptakan produk baru, sedangkan 40% pengusaha menjawab hanya menambahkan sedikit variasi pada produk mereka.

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa hanya sedikit pengusaha yang akan menciptakan produk baru untuk menyambut even PON ke XVIII tahun 2012, sebagian lagi menyatakan tidak menciptakan produk baru dan sebagian lagi hanya menambahkan variasi pada produk mereka.

Selain menciptakan produk baru, peningkatan kualitas produk juga tidak kalah pentingnya untuk diperhatikan dan ditingkatkan. Untuk mengetahui upaya-upaya pengusaha dalam melakukan peningkatan kualitas produk dapat dilihat dari tabel-tabel berikut.

Tabel 4

Strategi Pengusaha Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Untuk Menyambut
PON ke XVIII Tahun 2012

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	a. Iya	18	51.4%
2.	b. Tidak	15	42.8%
3.	c. Tergantung permintaan	2	5.7%
	Jumlah	35	100%

Dari tabel diketahui 51% pengusaha menyatakan iya, 42% pengusaha menyatakan tidak, dan 5.7% pengusaha menyatakan tergantung permintaan. Dengan demikian dapat diketahui bahwa setengah dari pengusaha yang dijadikan sampel melakukan peningkatan kualitas terhadap produk mereka untuk menyambut PON ke XVIII tahun 2012.

Tabel 5

Strategi Pengusaha Dalam Meningkatkan Pengawasan Dibidang Produksi Untuk
Menyambut PON ke XVIII Tahun 2012

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	a. Iya	8	22.8%
2.	b. Tidak	13	37.1%
3.	c. Kadang-kadang	14	40%
	Jumlah	35	100%

Dari tabel diketahui 22.8% pengusaha menyatakan iya, 37.1% pengusaha menyatakan tidak sedangkan 40% pengusaha menyatakan kadang-kadang dalam melakukan peningkatan pengawasan dibidang produksi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa hanya sedikit pengusaha yang melakukan peningkatan pengawasan dibidang produksi menjelang PON ke XVIII tahun 2012. Sedangkan kebanyakan dari pengusaha tidak begitu mementingkan peningkatan pengawasan dan bahkan sama sekali tidak melakukan peningkatan pengawasan dibidang produksi.

Strategi yang ketiga yaitu meningkatkan sumber daya manusia baik pengusaha maupun karyawan. Untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan pengusaha dalam meningkatkan sumber daya manusia dapat dilihat dari tabel-tabel di bawah ini.

Tabel 6

Strategi Pengusaha Dalam Mengikuti Pelatihan Yang Diadakan Dinas Koperasi dan UMKM Menyambut PON ke XVIII Tahun 2012

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	a. Iya	15	42.8%
2.	b. Jarang	7	20%
3.	c. Tidak sama sekali	13	37.1%
	Jumlah	35	100%

Dari tabel dapat diketahui 42.8% pengusaha menyatakan iya, 20% menyatakan jarang dan 37.1% menyatakan tidak sama sekali. Dengan demikian

dapat diketahui bahwa hanya sebagian saja pengusaha yang mengikuti pelatihan yang diadakan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru untuk meningkatkan kualitas SDM. Selain mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru, Penilaian kinerja terhadap karyawan juga wajib dilakukan pengusaha untuk menjaga kualitas kinerja karyawan. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan pengusaha dalam melakukan penilaian kinerja karyawan dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 7

Strategi Pengusaha Dalam Melakukan Penilaian Kinerja Kepada Karyawan
Menyambut PON ke XVIII Tahun 2012

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	a. Iya	12	34.2%
2.	b. Tidak	19	54.2%
3.	c. Tergantung dana	4	11.4%
	jumlah	35	100%

Dari tabel diketahui bahwa 34.2% menyatakan iya, 54.2% pengusaha menyatakan tidak dan 11.4% pengusaha menyatakan tergantung dana. Dengan demikian dapat diketahui bahwa hanya sebagian pengusaha yang melakukan penilaian kinerja terhadap karyawan untuk menyambut PON ke XVIII tahun 2012. Sedangkan kebanyakan pengusaha tidak melakukan penilaian kinerja karyawan. Setelah melakukan penilaian kinerja karyawan maka pengusaha yang memiliki karyawan dengan kinerja yang tidak cukup baik akan memberikan

tindakan kepada karyawan tersebut. Untuk mengetahui bagaimana tindakan pengusaha terhadap karyawan dengan kinerja tidak cukup baik dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 8

Strategi Pengusaha Dalam Memberhentikan Karyawan Yang Memiliki Kinerja Tidak Cukup Baik

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	a. Iya	14	40 %
2.	b. Tidak	7	20 %
3.	c. Tidak jika saudara	14	40 %
	jumlah	35	100 %

Dari tabel diketahui 40% pengusaha menyatakan iya, 20% pengusaha menyatakan tidak memberhentikan karyawan, sedangkan 40% pengusaha menyatakan tidak akan memberhentikan jika saudara. Dari tabel di atas dapat disimpulkan sebagian pengusaha akan memberhentikan karyawan yang memiliki kinerja tidak cukup baik, sebagian kecil tidak dan yang sebagian lagi tidak memberhentikan jika karyawan tersebut adalah saudara.

dari hasil observasi yang dilakukan penulis memang kebanyakan karyawan yang dimiliki oleh pengusaha masih memiliki hubungan saudara/kerabat dekat dari pengusaha tersebut.

Strategi yang keempat adalah memberikan pelayanan prima kepada konsumen, dimana pelayanan merupakan faktor yang sangat penting untuk

meningkatkan penjualan. Untuk mengetahui upaya-upaya yang dilakukan pengusaha dalam memberikan pelayanan prima pada even PON ke XVIII tahun 2012 dapat dilihat pada tabel-tabel berikut.

Tabel 9

Strategi Pengusaha Dalam Mempersiapkan Kostum Khusus Menyambut PON ke XVIII Tahun 2012

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	a. Iya	5	14.2%
2.	b. Tidak	24	68.5%
3.	c. Tergantung dana	6	17.1%
	jumlah	35	100%

Dari tabel di atas diketahui bahwa 14.2% pengusaha menyatakan iya, 68.5% pengusaha menyatakan tidak, sedangkan 17.1% pengusaha menyatakan tergantung dana. Dapat disimpulkan dari tabel di atas bahwa kebanyakan dari pengusaha tidak mempersiapkan kostum khusus menyambut PON ke XVIII tahun 2012. Selain mempersiapkan kostum yang menarik, pengusaha juga harus mempersiapkan tata cara khusus dalam pelayanan. Untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan oleh pengusaha dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 10

Strategi Pengusaha Dalam Mempersiapkan Tata Cara Khusus Dalam Pelayanan
Untuk PON ke XVIII Tahun 2012 sebagai Bentuk Pelayan Prima

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	a. Iya	12	34.2%
2.	b. Tidak	15	42.8%
3.	c. Lihat kondisi nanti	8	22.8%
	jumlah	35	100%

Dari tabel di atas diketahui bahwa 34.2% pengusaha menyatakan iya, 42.8% pengusaha menyatakan tidak sedangkan 22.8% pengusaha menyatakan lihat kondisi nanti. Dapat disimpulkan dari tabel di atas bahwa kebanyakan pengusaha tidak mempersiapkan tata cara khusus untuk menyambut PON ke XVIII tahun 2012.

Tabel 11

Strategi Pengusaha Untuk Mengganti Uang/Barang Baru Kepada Pembeli Yang
Tidak Puas Dengan Produk Yang Ditawarkan Sebagai Bagian Dari Pelayanan.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	a. Iya	16	45.7%
2.	b. Tidak	5	14.2%
3.	c. Tergantung kerusakan	14	40%
	jumlah	35	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui 45.7% pengusaha menyatakan iya, 14.2% pengusaha menyatakan tidak sedangkan 40% pengusaha menyatakan tergantung kerusakan. Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa hampir seluruh pengusaha akan mengganti uang/barang untuk kepada pembeli yang tidak puas dengan produk yang mereka jual sebagai bagian dari pelayanan mereka.

B. Faktor Penghambat UMKM Kota Pekanbaru dalam menangkap peluang PON ke XVIII tahun 2012.

Sebagus dan sematang apapun sebuah rencana bisnis akan selalu ada hal-hal yang tidak terduga yang kemudian menjadi penghambat/kendala pada bisnis yang dijalankan. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat pada strategi UMKM Kota Pekanbaru dalam menangkap peluang PON ke XVIII tahun 2012 dapat dilihat pada tabel-tabel di bawah ini.

Tabel 12

Kendala Yang Dihadapi Pengusaha Dalam Peminjaman Modal Pada Lembaga Keuangan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	a. Tidak ada	13	37.1%
2.	b. Tidak ada agunan	7	20%
3.	c. Skala usaha yang masih kecil sehingga sulit dipercaya	15	42.8%
	Jumlah	35	100%

Dari tabel diketahui bahwa 37.1% menjawab tidak, dan 20% pengusaha menjawab tidak ada agunan, sedangkan 42.8% pengusaha menjawab skala usaha yang masih kecil sehingga sulit dipercaya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kebanyakan dari pengusaha mengalami kendala dalam melakukan peminjaman modal dengan tidak adanya agunan dan skala usaha yang masih kecil sehingga sulit bagi pengusaha untuk mendapatkan kepercayaan dari pihak lembaga keuangan. Selain dari pada modal, kesulitan dalam membuat produk juga dihadapi oleh pengusaha. untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi pengusaha dalam menciptakan produk baru dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 13

Kendala Yang Dihadapi Pengusaha Dalam Membuat Produk Baru Menyambut
PON ke XVIII Tahun 2012

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	a. Sulitnya dana	17	48.5%
2.	b. Sulitnya mendesign	7	20%
3.	c. Sulitnya bahan baku	11	31.4%
	Jumlah	35	100%

Dari tabel diketahui bahwa 48.5% pengusaha menjawab sulitnya dana, 20% pengusaha menjawab sulitnya membuat design sedangkan 31% menghadapi sulitnya bahan baku untuk membuat produk baru. Dapat disimpulkan hampir

setengah pengusaha terhambat oleh modal, sedangkan sebagian lagi terkendala oleh sulitnya membuat design baru dan sulitnya bahan baku.

Selain terhambat sulitnya menghasilkan produk baru, pengusaha juga memiliki hambatan dalam perekrutan karyawan. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi dalam perekrutan karyawan dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 14

Kendala Yang dihadapi Pengusaha Dalam Merekrut Karyawan Profesional Untuk
Bidang Produksi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	a. Sulitnya SDM	17	48.5%
2.	b. Tidak ada dana	7	20%
3.	c. Karyawan dibidang produksi bukan prioritas utama	11	31.4%
	Jumlah	35	100%

Dari tabel diketahui bahwa 48.5% pengusaha menjawab sulitnya SDM, 20% pengusaha menjawab tidak ada dana sedangkan 31.4% pengusaha menjawab karyawan dibidang produksi bukan prioritas utama. Dapat disimpulkan bahwa hampir setengah dari pengusah mengalami sulitnya mendapatkan SDM yang berkualitas untuk usaha mereka dan sebagian pengusaha terhambat oleh sulitnya dana untuk merekrut karyawan profesional.

Selain merekrut karyawan profesional, peningkatan kualitas SDM terhadap karyawan yang sudah dimiliki harus dilakukan agar ditahun-tahun berikutnya karyawan yang dimiliki mampu bersaing seiring perkembangan zaman. Adapun kendala yang dihadapi dalam memberikan pelatihan kepada karyawan dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 15

Kendala Yang Dihadapi Pengusaha Dalam Memberikan Pelatihan Kepada Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	a. Tidak ada dana	8	22.8%
2.	b. Sulitnya SDM yang melatih	11	31.4%
3.	c. Karyawan yang ada sudah cukup mampu	16	45.7%
	Jumlah	35	100%

Dari tabel diketahui 22.8% pengusaha menjawab tidak ada dana, 31.4% pengusaha menjawab sulitnya SDM sedangkan 45.7% pengusaha menjawab karyawan yang sudah ada dianggap cukup mampu. Dapat diambil kesimpulan bahwa lebih dari setengah pengusaha tidak melakukan pelatihan kepada karyawan dikarenakan sulitnya dana dan sulitnya mencari SDM yang melatih untuk usaha mereka.

Sulitnya SDM yang bermutu dan anggapan pengusaha bahwa karyawan yang dimiliki sudah memiliki kemampuan yang cukup ini sebuah pertanda bahwa

SDM pengusaha memang perlu ditingkatkan. Hal demikian tidak terlepas dari perhatian pemerintah Kota Pekanbaru yang dianggap tidak begitu serius dalam memberikan pelatihan-paltiahan kepada UMKM Kota Pekanbaru. Pelatihan-palatihan yang diberikan dianggap kurang terarah kepada peningkatan mutu SDM UMKM Kota Pekanbaru.⁴¹

C. Tinjauan Ekonomi Islam tentang strategi UMKM Kota Pekanbaru dalam menangkap peluang PON ke XVIII tahun 2012 di Pripinsi Riau

1. Strategi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) kota Pekanbaru dalam menangkap peluang PON ke XVIII di Provinsi Riau tahun 2012

Semakin ketatnya persaingan ekonomi telah memunculkan gerakan baru untuk mempraktikkan ilmu militer dan strategi perang dalam aktivitas bisnis. Hal demikian menyebabkan persaingan yang tidak sehat dalam dunia bisnis, berbagai cara banyak dilakukan oleh pembisnis agar dapat memastikan bisnis yang dimilikinya dapat menjadi pemimpin dan pemenang pasar. Bagi umat Islam tidak sepatutnya mengikuti gerakan baru bisnis tersebut, sebab kalau kita mengkaji perjalanan bisnis Nabi Muhammad 1400 tahun yang lalu, akan banyak ditemukan kisah, teladan, dan strategi ampuh yang terbukti keberhasilannnya untuk dipraktikkan dalam mengelola bisnis dan perdagangan dalam konteks saat ini.

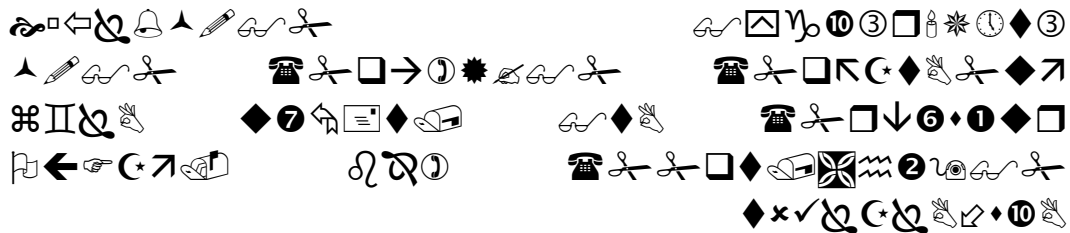
⁴¹ Sugiyanto (Ketua Asosiasi Pengrajin Rotan Rumbai), *wawancara*, Pekanbaru tgl 25 Agustus 2011

Apa yang disebut sebagai manajemen bisnis modern yang berlaku saat ini sebenarnya telah dipraktikkan oleh Nabi Muhammad ketika menjalankan bisnisnya dulu. Dalam berbisnis beliau tidak hanya mencari keuntungan semata, tetapi menjadikan bisnis sebagai aktivitas ibadah yang penuh makna. Hal inilah yang membuat terkenal yang dikagumi sekaligus diikuti semua orang. Nabi Muhammad juga mengajarkan kepada umatnya agar melakukan aktivitas bisnis dalam rangka meraih kesejahteraan bagi kehidupannya. Namun, beliau mengingatkan umatnya agar melakukan bisnis secara benar dan beretika. Dalam setiap bisnis yang dijalankan beliau mencontohkan cara berbisnis yang baik, yang bersih dari unsur riba, penipuan, lebih mengutamakan kualitas produk, dan memberikan pelayanan yang sangat baik kepada konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis kumpulkan dari berbagai macam pengumpulan data baik berbentuk observasi, angket dan wawancara, maka penulis mengemukakan bahwa strategi pengusaha UMKM Kota Pekanbaru dalam menangkap peluang PON ke XVIII tahun 2012 tidak sesuai dengan Ekonomi Islam. Dimana strategi bisnis yang diterapkan pengusaha masih terdapat unsur riba dalam transaksi keuangannya, kurangnya inovasi dalam produk mereka, sedikitnya perhatian terhadap peningkatan SDM dan tidak adanya persiapan yang khusus dalam memberikan pelayanan.

Dari penelitian di atas diketahui masih banyak pengusaha yang melakukan peminjaman modal kepada bank konvensional, sementara layanan perbankan syariah sudah cukup banyak di Kota Pekanbaru baik lembaga yang

berdiri sendiri maupun yang masih berupa unit layanan syari'ah yang terdapat pada bank konvensional. seperti yang telah dijelaskan bahwa praktik riba dilarang dalam Islam, sebagaimana bunyi firman Allah:



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba jika kamu orang-orang yang beriman”. (al-Baqarah: 278)⁴²

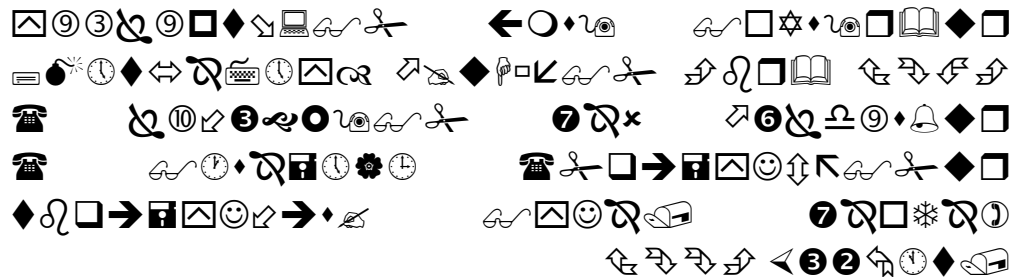
Hukum transaksi dengan memakai harta yang tidak halal seperti riba dan harta yang didapat dari hasil kejahatan atau cara tidak halal lainnya adalah haram.⁴³

Selain menghilangkan unsur riba dalam bisnis Rasulullah juga mengutamakan kualitas pada produk yang dijualnya. Produk adalah barang yang bisa dipasarkan untuk memenuhi permintaan konsumen. Bagi pegawai pemasaran, mereka harus memahami dan mengetahui seluk beluk produk yang akan dijual. Karena diantara faktor yang menunjang kesuksesan dalam pemasaran pada produk yang dipasarkan. Terkait dengan pelayanan terhadap

⁴² Depag RI, *op.cit.*, h. 87

⁴³ Amirullah Syarbini & J. Haryadi, *Muhammad Sebagai Bisnismen Ulung*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011), h.99

konsumen, Jauh sebelum itu sebenarnya mengutamakan kualitas produk telah dicontohkan oleh Allah kepada nabi Daud dalam firmanNya:



Artinya : “Dan kami Telah melunakkan besi untuknya (yaitu) buatlah baju besi yang besar-besar dan ukurlah anyamannya; dan kerjakanlah amalan yang saleh. Sesungguhnya Aku melihat apa yang kamu kerjakan”.⁴⁴

Dan Kami jadikan besi pada tangan Daud lunak, sehingga mudah baginya membuat baju-baju dan alat-alat perang dengan sistem yang paling sempurna dan bentuk yang paling indah. Dia membuat gelang-gelang dari besi untuk baju-baju dan alat perang itu sesuai dengan kebutuhan. Jadi tidak terlalu sempit sehingga tidak kuat dan tidak bisa menunaikan tugasnya menyerang ataupun lari dan mengikat ataupun menarik. Dan tidak pula terlalu lebar sehingga mungkin saja menyebabkan orang yang memakainya merasa terganggu. Hal ini merupakan pengajaran dari Allah kepada Daud, bagaimana ia menganyam baju-baju besi dengan baik.⁴⁵

⁴⁴ Depag RI, *loc.cit.*

⁴⁵ Ahmad Mustafa al-Maraghi. *loc.cit.*

Hal demikian juga dilakukan oleh Nabi Muhammad dalam menjalankan bisnis perdagangannya dimana beliau memasarkan produk yang memiliki cita rasa tinggi bagi konsumen dikalangan masyarakat arab. Dan Beliau juga sangat mengutamakan kualitas produk yang beliau tawarkan.⁴⁶

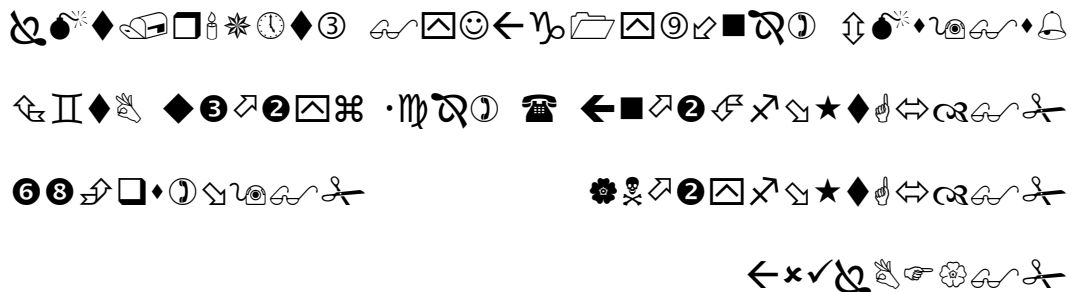
Selain produk yang baik dan bernilai yang harus dihasilkan, sumber daya manusia juga perlu diperhatikan agar mendidik keterampilan pengusaha dan karyawan. Sumber daya manusia atau tenaga kerja merupakan faktor produksi yang sangat penting untuk kelangsungan proses produksi. Tanpa tenaga kerja, sumber daya alam yang tersedia tidak akan ada artinya karena tidak dapat diolah untuk menghasilkan barang dan jasa. Tenaga kerja adalah tenaga manusia, baik jasmani maupun rohani, yang diperlukan untuk mengelola sumber daya alam, sehingga menjadi barang dan jasa yang lebih bermanfaat.

Untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas barang-barang hasil produksi, diperlukan tenaga yang terampil. Oleh karena itu perlu dilakukan pemeliharaan, pelatihan dan pendidikan bagi karyawan agar mereka mampu meningkatkan dedikasi dan prestasi kerja.⁴⁷ Tidak hanya karyawan yang memiliki ketrampilan yang baik namun akhlak juga menjadi sesuatu hal yang sangat penting yang perlu ditanamkan dalam setiap karyawan. Pentingnya

⁴⁶ Amirullah Syarbini & j. Haryadi, *op.cit.*, h. 125

⁴⁷ Janu Murdiyatmoko, *Sosiologi Memahami dan Mengkaji Masyarakat*, (Bandung; PT. Grafindo Media Pratama, 2007), Cet.1, h.48

akhlak yang baik seperti yang disebutkan dalam firman Allah surat al-Qashash ayat 26:



Artinya : *“Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), Karena Sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya”*.⁴⁸

Setelah melakukan peningkatan terhadap SDM, tidak lupa pula pengusaha harus memperhatikan pelayanan. Pelayanan merupakan unsur terpenting dari strategi bisnis islam, pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan dengan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas mereka akan membeli lagi dan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk bertransaksi di tempat yang sama.

Pelayanan pada saat melakukan transaksi merupakan hal yang menjadi perhatian bagi nabi Muhammad SAW. Beliau selalu berpenampilan yang menawan dan memahami pelanggan. Beliau sejak awal sudah berhasil

⁴⁸ Depag RI, *op.cit.*, h. 768

menciptakan *image* sebagai seorang yang berkepribadian ramah, baik,⁴⁹ berpenampilan menawan dan memahami pelanggan saat sebagai pengusaha. Seperti diriwayatkan dalam sebuah hadits:

حَدِيثُ الْبَرَاءِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ رَجُلًا مَرْبُوعًا بَعِيدَ مَا بَيْنَ الْمَنْكِبَيْنِ عَظِيمَ الْجُمَةِ إِلَى شَحْمَةِ أُذُنَيْهِ عَلَيْهِ حُلَّةٌ حُمْرَاءُ مَا رَأَيْتُ شَيْئًا قَطُّ أَحْسَنَ مِنْهُ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ.

Artinya: “diriwayatkan dari Bara’ radiyallahu’ anhu, dia telah berkata: *Rasulullah shalallallahu’alaihi wa salallam* adalah seorang yang berbadan tegap, berpundak lebar dan berambut panjang sampai menjuntai ke daun telinga. Beliau memakai kain yang berwarna merah. Aku belum pernah melihat sesuatu yang seindah Nabi shallallahu’alaihi wa salam”. (Bukhori dan Muslim)⁵⁰

Nabi Muhammad juga sangat menghargai pelanggannya sebagaimana ia menghargai dirinya sendiri. Bahkan beliau mementingkan kepentingan pelanggan di atas kepentingan beliau sendiri. Hal ini merupakan cara yang paling efektif dalam mempertahankan konsumen, sehingga yang terjadi adalah hubungan yang sangat baik antara pembisnis dan pelanggan. Pada akhirnya loyalitas konsumen akan terbentuk dengan sendirinya.

⁴⁹ Amirullah Syarbini & j. Haryadi, *op.cit.*, h.123

⁵⁰ KH. Ahmad Mudjab Mahalli dan H. Ahmad Rodli Hasbullah, *Hadis-Hadis Muttafaq’alaih*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), Cet.2 h. 438

2. Faktor penghambat usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Kota Pekanbaru dalam menangkap peluang PON ke XVIII di Provinsi Riau tahun 2012

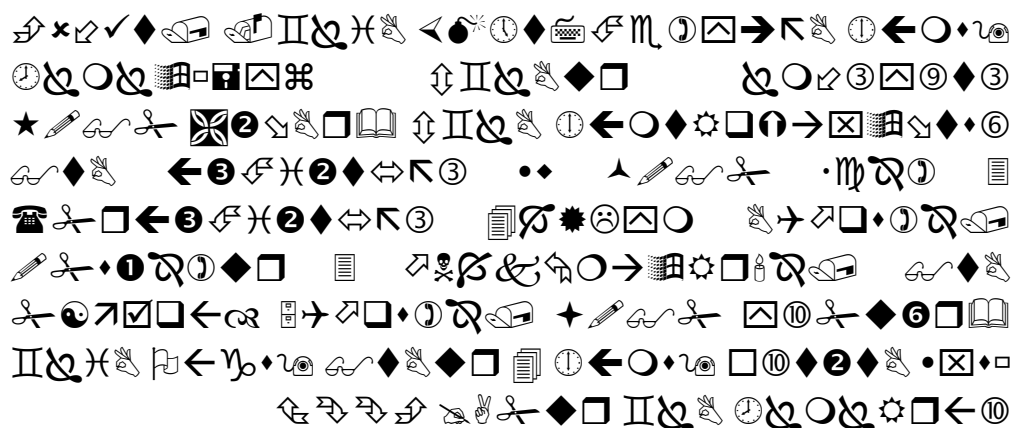
Sebagus dan sematang apapun sebuah rencana bisnis akan selalu ada hal-hal yang tidak terduga yang kemudian menjadi penghambat/kendala pada bisnis yang dijalankan. Hal demikian juga terjadi pada pengusaha-pengusaha UMKM kota pekanbaru dalam rangka menyambut even PON ke XVIII tahun 2012. Dapat disimpulkan dari penelitian ini masih terdapat banyak hambatan diantaranya ialah dari segi permodalan yang mana banyak dari pengusaha yang memiliki usaha dengan skala yang kecil susah untuk mendapatkan modal. Meskipun telah banyak berdiri lembaga keuangan-keuangan yang memberikan kemudahan dalam melakukan peminjaman modal misalnya memberikan kemudahan syarat, namun lain daripada itu mereka memberikan beban bunga yang cukup tinggi untuk setiap pinjamannya.

Selain sulitnya mendapatkan modal kesulitan dalam menciptakan produk baru juga menjadi masalah yang harus dihadapi pengusaha. Sulitnya bahan baku menjadi masalah yang paling utama dalam inovasi produk mereka, untuk pengusaha rotan kebanyakan mereka untuk mendapatkan bahan baku yang baik seperti rotan putih harus memasok dari luar daerah seperti sumatra barat. Selain sulitnya bahan baku pengusaha juga mengalami kesulitan dalam perekrutan karyawan, dimana pengusaha membutuhkan karyawan yang memiliki keahlian yang cukup dalam bidang usaha yang

dijalankan pengusaha seperti kerajinan rotan dan industri kue kamojo yang merupakan icon makanan khas daerah Riau.

Selain dari pada itu pengusaha juga mendapat kendala dalam melakukan pelatihan guna meningkatkan SDM karyawan, baik dari sulitnya dana hingga kurangnya informasi yang didapatkan pengusaha dari pelatihan-pelatihan yang diadakan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru.

Dalam pandangan Islam, bekerja dan berusaha, termasuk berwirausaha boleh dikatakan merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia karena keberadaannya sebagai *khalifah fil-ardh* dimaksudkan untuk memakmurkan bumi dan membawanya ke arah yang lebih baik. Dalam pandangan ajaran Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib dan teratur. Dalam Islam, anjuran untuk berusaha dan giat bekerja sebagai bentuk realisasi dari kekhalifahan manusia tercermin dalam surat Ar-Raad : 11



Artinya : “Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan

*terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia”.*⁵¹

Oleh karena itu perlu disusunnya sebuah perencanaan bisnis yang baik untuk menyambut even PON ke XVIII tahun 2012. Perencanaan merupakan bagian penting dari sebuah kesuksesan. Tak dapat dibayangkan jika seseorang berhasil tanpa perencanaan. Pun seandainya berhasil, maka keberhasilan yang diperoleh mungkin bersifat semu. Sesuatu yang melalui perencanaan, walaupun dalam kenyataannya tidak 100 % sesuai dengan harapan, tetapi sebenarnya kemampuan merencanakan yang telah dilakukan juga merupakan sebuah hasil yang patut diberikan penghargaan.

Disadari atau tidak, dalam merencanakan sesuatu akan menemukan faktor-faktor yang akan menjadi kendala untuk melaksanakan suatu program. Sebenarnya, jika melihat sejarah kehidupan Rasulullah SAW, kendala itu selalu dijadikan sebagai peluang dan bukan dianggap sebagai hambatan. Kendala itu dijadikan sebagai sebuah peluang untuk meningkatkan kualitas kerja.

Dalam surat Alam Nasyirah ayat 5-6 Allah berfirman :

✂️🕒Ⓜ️⬆️⬆️⬅️④ 🏹Ⓜ️⬆️⬆️⬅️➡️🏠🏠🏠✂️ 🏠➡️💎👉 🏠🏹🏹🏠♦️◻️

✂️🕒Ⓜ️⬆️⬆️⬅️④ 🏹Ⓜ️⬆️⬆️⬅️➡️🏠🏠🏠✂️ 🏠➡️💎👉 🏠🏹🏹🏠🕒 🏠🏹🏹

🏠🏹🏹

⁵¹ Depag RI, *op.cit.*, h. 475

Artinya : *“Karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*.⁵²

Dapat dikatakan bahwa hambatan itu tidak dapat dihindarkan namun hambatan itu dapat dicegah atau diminimalkan agar rencana bisnis yang sudah disusun dapat dijalankan sehingga tujuan bisnis dapat tercapai. Hambatan-hambatan di atas seharusnya sudah diantisipasi jauh-jauh hari sebelumnya agar tidak menjadi kendala yang mengganggu kelangsungan bisnis UMKM Kota Pekanbaru pada even PON ke XVIII tahun 2012.

⁵² Depag RI, *op.cit.*, h. 1267

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah penulis menguraikan hasil angket terhadap strategi usaha mikro, kecil dan menengah Kota Pekanbaru dalam menangkap peluang PON ke XVIII tahun 2012, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan usaha mikro kecil dan menengah dalam menangkap peluang PON ke XVIII tahun 2012 adalah sebagai berikut:
 - a. Mencukupi kebutuhan modal
 - b. Melakukan inovasi produk
 - c. Meningkatkan sumber daya manusia
 - d. Memberikan pelayanan prima
2. Faktor-faktor penghambat yang dihadapi usaha mikro kecil dan menengah dalam menangkap peluang PON ke XVIII tahun 2012
 - a. Sulitnya melakukan peminjaman modal.
 - b. Terbatasnya SDM yang bermutu dalam perekrutan karyawan.
 - c. Sedikitnya upaya peningkatan SDM baik yang dilakukan pengusaha maupun Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru.
3. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi usaha mikro kecil dan menengah dalam menangkap peluang PON ke XVIII tahun 2012 adalah *tidak sesuai* dengan Ekonomi Islam, sebagaimana strategi bisnis yang pernah dijalankan oleh Nabi Muhammad yang mengutamakan kualitas produk, menggunakan keahlian, bebas dari unsur riba dalam bertransaksi,

selalu memperhatikan sumber daya manusia dan selalu memberikan pelayanan prima.

B. Saran

Dalam melaksanakan penelitian ini penulis menyadari masih banyak terdapat kesalahan, hal tersebut dikarenakan kemampuan penulis yang sangat terbatas. Baik itu masalah pengalaman dan pengetahuan. Oleh karena itu penulis megharapkan kepada pembaca agar dapat kiranya dalam penulisan berikutnya dengan pembahasan yang hampir sama dapat lebih menyempurnakan kekurangan dalam penulisan karya ilmiah ini.

Umat Islam diperintahkan untuk masuk kedalam agama Islam secara *kaffah* (sempurna), atinya semua tingkah laku dan perbuatan kita hendaknya sesuai dengan ajaran yang diatur oleh Islam termasuk juga melakukan dan menerapkan strategi bisnis dalam dunia bisnis, adapun saran-saran penulis dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepada pengusaha agar lebih bijaksana dalam merencanakan strategi bisnis yang tidak lepas dari nilai dan etika bisnis Islami. Agar setiap bisnis yang dijalankan dapat mencapai target dan keuntungan dan menjadi sarana ibadah kita kepada Allah SWT.
2. Kepada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekabaru hendaknya semua kebijakan-kebijakan lebih menyentuh kepada masyarakat. Baik dari informasi tentang pelatihan-pelatihan, adanya pameran-pameran dan

Terutama dalam hal peningkatan SDM pengusaha yang dinilai masih belum mengenai sasaran.

3. Kepada pembaca agar dapat melanjutkan penulisan karya ilmiah tentang UMKM baik dari segi peningkatan SDM UMKM ataupun kebijakan-kebijakan pemerintah dalam membangun dan mengembangkan UMKM sebagai pondasi ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1997, Cet.9
- Adiningsih, Sri, *Regulasi Dalam Revitalisasi Usaha Kecil dan Menengah Di Indonesia*, Yogyakarta: UGM pers, 2001, Cet.1
- Al-Maragi, Mustafa, Ahmad, *Tafsir Al-Maragi*, Terjemahan Bahasa Indonesian, Semarang: PT. TOHA PUTRA, 1992, Cet.2
- Almasri, *Model Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Siak*, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Syarif Kasim Riau, 2010, Cet.1
- Amrin, Abdullah, *Asuransi Syariah*, Jakarta: PT Elex Media, 2006, Cet.1
- Antonio, Syafi'i, Muhammad, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001, Cet.1
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Pekanbaru, *RPJM Kota Pekanbaru*, 2007-2011
- Departemen Agama Republik Indonesia, *AL-HIKMAH Al-Quran dan Terjemahannya*, Bandung: CV.Diponegoro, 2008, Cet.3
- Fauroni, Lukman, R., *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006, Cet. 1
- Hutabarat, Jemsly dan Huseini, Martani, *Pengantar Manajemen Strategik Kontemporer*, Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2006, Cet.1
- Mahalli, Mudjab, Ahmad, KH. & Hasbullah, Rodli, Ahmad, H, *Hadis-Hadis Muttafaq'alaih*, Jakarta: Prenada Media, 2004, Cet.1
- Manan Abdul, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997, Cet.1
- Murdiyatmoko, Janu, *Sosiologi Memahami dan Mengkaji Masyarakat*, Bandung: PT. Grafindo Media Pratama, 2007, Cet.1
- Rangkuti, Freddy, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006, Cet.1

- Retnadi, Djoko, *Kredit Usaha Rakyat (KUR), Harapan dan Tantangan*, Economic Review No 212 Juni 2008
- Sherly, 25 *Usaha Terlaris Modal 1-3 Jutaan*, Yogyakarta: Penerbit Jogja Great Publisher, 2010, Cet.1
- Sula, Syakir, Muhammad, *Asuransi Syari'ah Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta: Gema Insani, 2004, Cet.1
- Suyanto, Muhammad, *Muhammamd Busines Strategy and Ethics*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008, Cet.1
- Syarbini, Amirullah & Haryadi. J, *Muhammad Sebagai Bisnismen Ulung*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011, Cet.1
- Kementrian Negara Republik Indonesia, *Undang-undang Republik Indonesia No 20 tahun 2008 (tentang usaha mikro kecil dan menengah)*, Jakarta: Kementrian Negara Republik Indonesia, 2008, Cet.1
- Widjajanto, Bije, *Franchise: Cara Aman Memulai Bisnis*, Jakarta: Grasindo, 2009
- Yusanto, Ismail, Muhammad, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani, 2002, Cet.1